

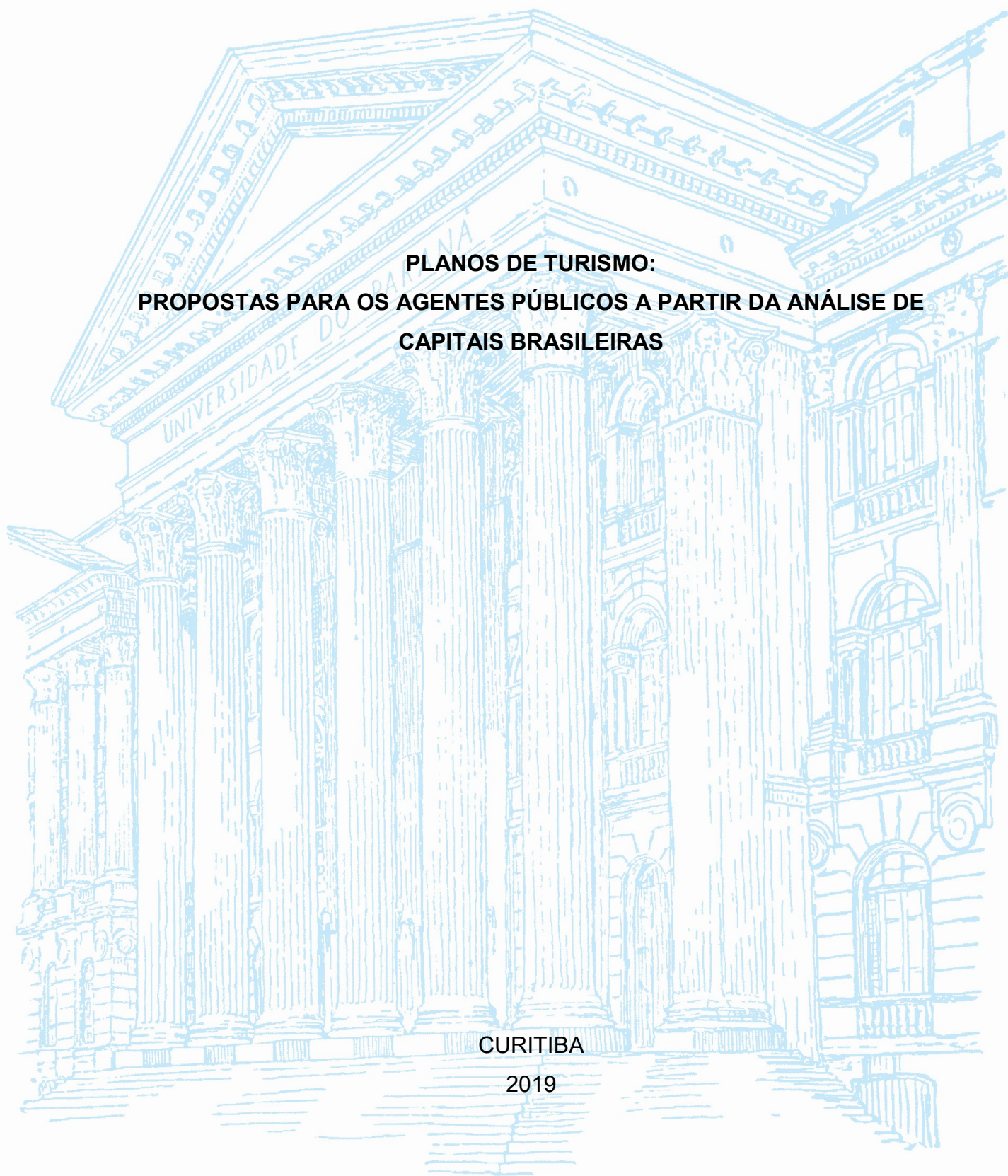
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

WANDERLEY LUÍS DOS SANTOS

**PLANOS DE TURISMO:
PROPOSTAS PARA OS AGENTES PÚBLICOS A PARTIR DA ANÁLISE DE
CAPITAIS BRASILEIRAS**

CURITIBA

2019



WANDERLEY LUÍS DOS SANTOS

**PLANOS DE TURISMO:
PROPOSTAS PARA OS AGENTES PÚBLICOS A PARTIR DA ANÁLISE DE
CAPITAIS BRASILEIRAS**

Projeto apresentado à disciplina de Projeto de Planejamento e Gestão em Turismo II, Curso de Turismo, Setor de Ciências Humanas da Universidade Federal do Paraná, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Turismo.

Orientador: Prof. Dr. Bruno Martins Augusto Gomes

CURITIBA

2019

In memoriam

Oswaldo dos Santos, meu pai.

Amanda, minha prima.

José Gândara e Miguel Bahl, meus professores.

AGRADECIMENTOS

Minha trajetória na Universidade Federal do Paraná começou a ser planejada no ano de 2014 na cidade de Marília-SP, por meio do incentivo de amigos que conheci durante a realização do curso Técnico em Hospedagem no SENAC da cidade. Foi um período em que discutíamos sobre nosso futuro, nossos sonhos e as possibilidades apresentadas em nosso caminho.

Agradeço à minha amiga Michele Rodrigues, com quem conversava sobre nosso desejo de trabalhar com algo ligado à Arte e Cultura. Agradeço à Silvia Mayumi, por praticamente me ameaçar de morte caso eu não prestasse o Enem daquele ano para tentar vaga em uma Universidade. Nesse mesmo período, a amizade construída com Rony, e seu modo exemplar de ver a vida, me deu coragem para buscar novos rumos à minha.

Agradeço à minha amiga Renata Retamero, por me receber em sua casa na cidade de Curitiba e me dar suporte nos primeiros dias de minha chegada à cidade para cursar Turismo.

Em 2015 iniciei o curso de Bacharel em Turismo na UFPR. Nessa fase universitária, agradeço aos amigos que conheci nas aulas e dividi momentos de alegria e descontração a cada viagem técnica realizada, e momentos de ansiedade e preocupação a cada prova marcada. Agradeço à minha amiga Bianca Batista, que sempre me incentivou a buscar caminhos ainda maiores e por estar sempre presente em meus pedidos de socorro.

Agradeço à minha mãe, Maria Helena, meu irmão Will Santos, e agradeço a todos os professores e todas as professoras no qual tive a honra de conhecer e ser aluno nesses anos de vida acadêmica no curso de Bacharel em Turismo da Universidade Federal do Paraná.

Agradeço ao meu orientador, professor Dr. Bruno Martins Augusto Gomes, por me direcionar ao caminho necessário e correto das atividades acadêmicas, e por ser um bom conselheiro sobre os caminhos necessários e corretos para a vida.

“Viva o hoje, pois o mundo não nos dá nenhuma garantia de existir o
amanhã.”

(Wanderley Luís – eu mesmo)

RESUMO

As políticas públicas de turismo no Brasil possuem um papel relevante na sociedade. Por meio delas o setor de turismo é estruturado e gera impactos sociais e econômicos no ambiente em que se insere. Nesse contexto, é importante analisar sob quais parâmetros o turismo está instituído na esfera municipal, por meio do Plano Municipal de Turismo, documento que possui a função de direcionar as ações dos agentes. O presente trabalho analisou de forma qualitativa a formulação de políticas públicas de turismo de Curitiba (PR), São Paulo (SP), Brasília (DF), Manaus (AM) e Fortaleza (CE). A coleta de dados foi realizada no plano de turismo dessas cidades mediante a busca de dez aspectos considerados fundamentais para o planejamento turístico: participação; infraestrutura; geração de emprego e renda; capacitação turística; preservação de áreas naturais; preservação do patrimônio cultural; roteirização; marketing; oferta e gestão de atrativos; e recursos públicos em turismo. O resultado mostrou que o Plano de Turismo de Curitiba 2015-2017, e o Plano de Turismo de Fortaleza – 2016 possuem 100% dos aspectos considerados fundamentais para o planejamento turístico; o Plano de Turismo de Manaus – 2011 e o Plano de Turismo de São Paulo – 2015-2018 possuem 90% dos aspectos; e o Plano de Turismo Criativo de Brasília 2016-2019 possui 80% dos aspectos considerados fundamentais para o planejamento turístico. Após a análise dos resultados da pesquisa, o projeto de planejamento e gestão em turismo foi definido como um curso de capacitação para os formuladores de políticas públicas de turismo, com o objetivo de apresentar temáticas que devem estar presentes no Plano Municipal de Turismo em prol do planejamento turístico local.

Palavras-chave: Turismo. Políticas Públicas. Planos. Capacitação.

ABSTRACT

Tourism public policies in Brazil play a relevant role in society. Through them the tourism sector is structured and generates social and economic impacts on the environment in which it operates. In this context, it is important to analyze under what parameters tourism is instituted at the municipal level, through the Municipal Tourism Plan, a document that has the function of directing the agents' actions. The present work qualitatively analyzed the formulation of public tourism policies of Curitiba (PR), São Paulo (SP), Brasília (DF), Manaus (AM) and Fortaleza (CE). Data collection was performed in the tourism plan of these cities through the search of ten aspects considered fundamental for tourism planning: participation; infrastructure; job and income generation; tourism training; preservation of natural areas; preservation of cultural heritage; scripting; marketing; offer and management of attractions; and public resources in tourism. The result showed that the Curitiba Tourism Plan 2015-2017, and the Fortaleza Tourism Plan - 2016 have 100% of the aspects considered fundamental for tourism planning; the Manaus Tourism Plan - 2011 and the São Paulo Tourism Plan - 2015-2018 have 90% of the aspects; and the Brasília Creative Tourism Plan 2016-2019 has 80% of the aspects considered fundamental for tourism planning. After analyzing the research results, the tourism planning and management project was defined as a training course for tourism public policy makers, with the aim of presenting themes that should be present in the Municipal Tourism Plan for the benefit of tourism. local tourist planning.

Keywords: Public Policies. Tourism. Plans. Training.

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 - CICLO DE POLÍTICAS PÚBLICAS	17
QUADRO 2 - PLANOS MUNICIPAIS DE TURISMO DISPONÍVEIS.....	34
QUADRO 3 - FILTROS INSERIDOS NO EXTRATOR - IPEA.....	35
QUADRO 4 - NÚMERO DE OCUPAÇÕES EM 2017 – EXTRATOR IPEA.....	36
QUADRO 5 - VARIÁVEIS DE ANÁLISE	37
QUADRO 6 - PALAVRAS-CHAVE PESQUISADAS	38
QUADRO 7 - RELAÇÃO DE VARIÁVEIS PESQUISADAS E ENCONTRADAS	53
QUADRO 8 - CRONOGRAMA PARA A REALIZAÇÃO DO CURSO	60
QUADRO 9 - RECURSOS HUMANOS NECESSÁRIOS	62
QUADRO 10 - ORÇAMENTO	66
QUADRO 11 - ANÁLISE FOFA - CAPACITAÇÃO	67
QUADRO 12 - PROJEÇÃO DE FATURAMENTO.....	68

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CADASTUR	Cadastro de Prestadores de Serviços Turísticos
CH	Carga Horária
CNTur	Conselho Nacional de Turismo
DDI	Despesas com Deslocamento Intermunicipal
DEA	Dias de Evento/Atividade
DHAD	Despesa com hospedagem, alimentação e deslocamento local
Embratur	Instituto Brasileiro de Turismo
HT	Hora Técnica
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IDHM	Índice de Desenvolvimento Humano Municipal
INS	Instrução Normativa
IQ	Índice de Quilometragem
PDITS	Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável
PIB	Produto Interno Bruto
PIT	Posto de Informações Turísticas
PLATUM	Plano de Turismo Municipal Cidade de São Paulo
PNMT	Programa Nacional de Municipalização do Turismo
PRODETUR	Programa de Desenvolvimento do Turismo
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
VD	Valor Diário
VH	Valor da Hora

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 MARCO TEÓRICO	13
2.1 POLÍTICAS PÚBLICAS	14
2.1.1 Ciclo de Políticas Públicas	16
2.2 POLÍTICAS PÚBLICAS E TURISMO	20
2.2.1 Planejamento Turístico	24
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	32
3.1 TIPO DE PESQUISA.....	32
3.2 TÉCNICAS DE PESQUISA.....	32
3.3 ANÁLISE MULTICASOS.....	33
3.4 ESTRATÉGIA DE ANÁLISE.....	36
4 ANÁLISE DOS RESULTADOS DA PESQUISA.....	40
4.1 CURITIBA – PR.....	40
4.2 SÃO PAULO – SP	43
4.3 BRASÍLIA – DF	45
4.4 MANAUS – AM.....	47
4.5 FORTALEZA – CE	50
4.6 ANÁLISE GERAL	52
5 PROJETO DE TURISMO: CAPACITAÇÃO PARA FORMULADORES DE POLÍTICAS PÚBLICAS.....	56
5.1 DESCRIÇÃO DO PROJETO	56
5.2 EXECUÇÃO DO PROJETO	58
5.3 RECURSOS HUMANOS ENVOLVIDOS NO PROJETO	62
5.4 ORÇAMENTO ENVOLVIDO NO PROJETO.....	63
5.4.1 Fórmula para definição do preço da Capacitação	63
5.4.2 Investimento para a elaboração do curso.....	66
5.4.3 Avaliação do retorno do investimento	67
5.4.4 Estimativa de faturamento	68
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	70
REFERÊNCIAS.....	72
APÊNDICE.....	80

1 INTRODUÇÃO

Os estudos sobre as políticas públicas são essenciais, pois ajudam a compreender os motivos pelos quais determinados temas recebem maior ou menor atenção dos agentes, ou, como expõe o título do livro do professor Lasswell (1984): quem ganha o que, quando, como. A pesquisa sobre políticas públicas de turismo começou a se difundir somente nos anos 1990, e ainda há pouca análise em profundidade (PIMENTEL; PIMENTEL; VIDAL, 2017). As políticas públicas de turismo no Brasil possuem um papel relevante na sociedade, tendo em vista que é por meio delas que o setor é estruturado e consequentemente gera impactos sociais e econômicos diretos e indiretos no ambiente em que se insere.

O planejamento do turismo no setor público envolve diversos atores, conflitos e interesses, especialmente em um país de extensão territorial como o Brasil. Por isso, o Ministério do Turismo fornece diretrizes para estados e municípios, mas cada ente federado as adequa de acordo com as especificidades regionais. Nesse contexto, é importante analisar sob quais parâmetros o turismo está instituído na esfera municipal por meio do plano de turismo. Por isso, surge a seguinte indagação: as capitais brasileiras incluem em sua formulação de políticas públicas de turismo os aspectos considerados fundamentais para o planejamento turístico?

Com o intuito de responder essa indagação, o presente trabalho teve como objetivo analisar a presença dos aspectos considerados fundamentais para o planejamento turístico nos planos municipais de turismo de capitais brasileiras.

Para tanto foram investigados os planos municipais de turismo de Curitiba (PR), São Paulo (SP), Brasília (DF), Manaus (AM) e Fortaleza (CE). São cinco capitais do Brasil, sendo uma capital por região, selecionada conforme disponibilização do plano municipal de turismo na internet e número de ocupações no setor de turismo em relação a outras capitais da mesma região.

A partir do objetivo geral foram definidos três objetivos específicos: (1) elaborar marco teórico sobre políticas públicas, políticas públicas de turismo e planejamento turístico, definindo variáveis para a coleta e análise dos dados; (2) analisar as estratégias presentes nos planos de turismo, conforme as variáveis definidas como ideais para o planejamento turístico; (3) desenvolver um projeto voltado para gestores turísticos municipais que os capacite a conduzir a formulação

de planos de turismo contemplando os aspectos considerados fundamentais para o planejamento turístico.

O presente trabalho está estruturado com a apresentação do referencial teórico, onde são colocados os conceitos e contexto das políticas públicas, do ciclo de políticas públicas, da relação do turismo e políticas públicas, e do planejamento turístico. Esse referencial teórico forneceu as variáveis que compuseram o instrumento de coleta de dados bem como a análise dos planos municipais de turismo.

Após o referencial teórico, é apresentada a seção dedicada aos procedimentos metodológicos, no qual é explanado o tipo de pesquisa (quanto à abordagem, natureza, objetivos e técnicas), o instrumento de coleta de dados, a amostra e as estratégias de análise.

A quarta seção aponta a análise dos resultados da pesquisa por meio da apresentação dos dados coletados e a interpretação e discussão dos resultados. Em seguida é apresentado o projeto de turismo com suas características, etapas e explanação sobre os recursos humanos e financeiros necessários para sua execução. Por fim, a seção de considerações finais apresenta o relato dos resultados e das conclusões do projeto.

2 MARCO TEÓRICO

A análise da formulação de políticas públicas de turismo de capitais estaduais é realizada no presente trabalho considerando os aspectos teóricos do turismo e da economia institucional dessa formulação. Simões (2014) ressalta que não é possível definir um único conceito de instituições, já que o termo envolve arcabouços teóricos distintos que lhe dão significados diferentes, ainda que em uma mesma escola de pensamento.

Barszcz (2017) conceitua as instituições a partir do pensamento do institucionalismo vebleniano, do economista e sociólogo Thorstein Veblen, em que as instituições são consideradas hábitos de pensamento comuns aos homens. Os hábitos se estruturam em crenças e identidade coletiva, fortalecendo as relações de determinado grupo e favorecendo o processo de tomada de decisão do indivíduo (BARSZCZ, 2017). Duhigg (2012) ressalta que de modo geral, os hábitos surgem a partir da tentativa de poupar esforço, e embora cada hábito pareça ter pouco significado, com o tempo ele gera impacto na produtividade dos indivíduos.

De acordo com Barszcz (2017), o institucionalismo vebleniano, por meio dos conceitos de hábitos e instintos, oferece suporte para compreender o comportamento humano no âmbito individual e social. Nas pesquisas em políticas públicas, ele oferece suporte para compreender as ações do Estado.

A análise institucional das políticas públicas é feita a partir da identificação das ideias expressas pelos agentes, em relação às suas escolhas e ações no ambiente político (GOMES, 2018). Segundo o autor, nas políticas públicas de turismo, os hábitos podem ser manifestados no planejamento, na legislação, na oferta de serviços públicos e no fomento ao turismo.

Neste contexto, o marco teórico da presente pesquisa contém explicações acerca das políticas públicas e abrange desde sua etimologia até os modelos de análise. Esta seção apresenta o ciclo de políticas públicas e os atores envolvidos em seu processo, insere o turismo no contexto das políticas públicas, enfatizando o planejamento turístico e aborda as etapas do planejamento turístico e os aspectos considerados fundamentais para o desenvolvimento da atividade. A partir do referencial teórico foram obtidas as variáveis para análise dos planos de turismo dos municípios selecionados.

2.1 POLÍTICAS PÚBLICAS

A etimologia da palavra “política” surge de *polis*, que se referia às cidades-Estado da Grécia Clássica e aos seus modelos de organização administrativa e social (BAPTISTA, 2012). A política, em inglês, *politics*, refere-se às atividades políticas, ao uso de procedimentos que expressam relação de poder e influenciam o comportamento das pessoas com o intuito de alcançar uma solução de conflitos de forma pacífica (RUA, 2014), *politics* considera o processo político (FREY, 2000). A política pública, em inglês, *policy* ou *public policy*, refere-se à formulação de propostas, tomada de decisões e implementação das decisões por meio de organizações públicas, a partir de temas que afetam a coletividade (RUA, 2014).

Para Rua (2014) a dimensão “pública”, da expressão política pública, refere-se ao seu caráter jurídico, onde as decisões e ações estão sob a autoridade soberana do poder público. De acordo com Hall (2008), a política pública recebe influência, tanto das características sociais, econômicas e culturais da sociedade, quanto das características do sistema político e das estruturas formais do governo.

Segundo Araújo e Rodrigues (2017), o estudo das políticas públicas iniciado nos Estados Unidos da América, no pós-guerra, tem como principais autores, os cientistas sociais Harold Lasswell, Herbert Simon, Charles Lindblom e David Easton, sendo Lasswell, o primeiro a introduzir a expressão *policy analysis*, (análise de políticas públicas), como alternativa ao estudo de objetos tradicionais como legislatura, grupos de interesse e questões de poder. O marco foi a publicação do livro “*The Policy Science: Recent Developments in Scope and Method*”, de Laswell e Lerner, em 1951 (BAPTISTA, 2012).

Lasswell tentou estabelecer um conjunto de etapas de desenvolvimento do processo político. Esse objetivo contribuiu para a construção de novos modelos e quadros teóricos para a análise de políticas públicas (ARAÚJO; RODRIGUES, 2017). De acordo com os autores, Simon contribuiu de maneira decisiva para o campo das políticas públicas com seu trabalho sobre os processos de decisão nas organizações, no final da década de 1950. É de Simon o desenvolvimento do conceito de “racionalidade limitada dos decisores políticos”.

Para Gomes (2018), a racionalidade limitada é uma característica dos seres humanos. Dessa forma, as instituições são importantes para facilitar a compreensão do ambiente para a tomada de decisão. Segundo o autor, essa compreensão da

racionalidade limitada coincide com a proposta de Simon. Segundo Ham e Hill (1993) Simon considerava que a escolha racional na seleção de alternativas era fundamental para dar significado ao comportamento administrativo.

De maneira geral, a análise de políticas públicas, segundo Rua (2014), pode ter como objetivo melhorar o entendimento sobre a política e o processo político, e também apresentar propostas para o aperfeiçoamento das políticas públicas. No Brasil, as políticas públicas receberam notoriedade a partir da Constituição Federal de 1988 e das reformas introduzidas no período. Segundo Caleffi (2018), esses aspectos garantiram maior participação da sociedade na construção das políticas públicas. Segundo Farah (2016, p. 972), “a nova Constituição reconheceu o município como ente federativo e transferiu a ele atribuições e competências”.

A análise das políticas públicas pode ser feita recorrendo às teorias de grande e médio alcance. De acordo com Gomes (2019), as teorias de grande alcance que se relacionam ao estudo das políticas públicas são: marxismo; elitismo; pluralismo; teoria da escolha racional; neocorporativismo; teoria sistêmica; e institucionalismo. Já as teorias de médio alcance, são: incrementalismo; equilíbrio interrompido, fluxos múltiplos; e redes de políticas.

O institucionalismo aplicado à análise das políticas públicas de turismo é base dessa pesquisa. Segundo Avarenga e Rodriguez (2017), a teoria institucional difere-se das teorias racionalistas, por considerar que os fenômenos sociais, políticos, econômicos e culturais, moldam as escolhas individuais. Cortes e Lima (2012) colocam que as instituições são fundamentais para a análise, formulação e implementação das políticas. As instituições referem-se tanto às organizações responsáveis pelas normas sociais direcionadas aos indivíduos, quanto a normas sociais para si mesmas.

A respeito dos modelos de médio alcance tem-se o incrementalismo, o equilíbrio interrompido, os fluxos múltiplos e as redes de políticas. O modelo incremental, defendido pelo professor emérito de Economia e Ciência Política, Charles Lindblom, tenta solucionar problemas de maneira gradual, sem introduzir grandes modificações nas situações existentes (RUA, 2014).

Para Capella (2018), no modelo incremental, os formuladores aceitam a legitimidade das políticas já estabelecidas. Souza (2006) coloca que o incrementalismo desconsidera mudanças políticas ou mudanças nos programas políticos. No incrementalismo, “decisões tomadas no passado constroem decisões

futuras e limitam a capacidade dos governos de adotar novas políticas públicas”. (SOUZA, 2006, p. 29).

O modelo de equilíbrio interrompido, desenvolvido por Frank Baumgarther e Bryan Jones, considera que os processos políticos são caracterizados por estabilidade e incrementalismo, sendo pontuado ou interrompido por mudanças ocasionais de larga escala (ARAÚJO; RODRIGUES, 2017). Segundo os autores, o modelo de equilíbrio interrompido permite explicar tanto as discontinuidades ou interrupções, quanto às continuidades das políticas.

O modelo dos fluxos múltiplos desenvolvido por John Kingdon considera que as escolhas públicas se vinculam às soluções que os tomadores de decisão possuem em determinado momento, mediante um conhecimento limitado. Tais decisões públicas estão sujeitas à existência das janelas de oportunidades. Este modelo dos fluxos múltiplos possui três fluxos: problemas; soluções ou alternativas; e dinâmica política (NETO et al., 2015).

As redes de políticas são um modelo de análise de políticas públicas que considera que o contato frequente entre agentes públicos e privados gera um relacionamento estável e coordenado (GOMES, 2019). Segundo Capella (2018), esta perspectiva das redes de políticas proposta por Rhodes é considerada uma das mais influentes e destaca estudos sobre subsistemas, subgovernos e redes temáticas. As redes entendem que os atores que pertencem a grupos governamentais também são atores sociais e mantêm relações com outros atores (CAPELLA, 2018).

2.1.1 Ciclo de Políticas Públicas

O Ciclo de Políticas Públicas pressupõe uma abordagem dinâmica e sistêmica, constituída por estágios ou fases que envolvem a política pública desde a sua origem até o encerramento (SOTTANI et al., 2017). Gomes (2018) ressalta que no processo político, as etapas não necessariamente obedecem a uma sequência. O processo pode ser construído tanto de cima para baixo, quanto de baixo para cima.

O estudo das políticas públicas realizado mediante a abordagem do ciclo de políticas identifica as fases sequenciais, descritas no Quadro 01, elaboradas a partir de Sottani et al. (2017).

QUADRO 1 - CICLO DE POLÍTICAS PÚBLICAS

FASE	CARACTERÍSTICA
Formação da Agenda	Situação é reconhecida como problema político e sua discussão integra às atividades de um grupo e autoridades.
Formação das Alternativas	Com inclusão do problema na agenda, os atores apresentam propostas para resolução.
Tomada de Decisão	A decisão pode ocorrer de forma pouco ou muito conflituosa.
Implementação	Decisão da operação das rotinas envolvidas na política. Também inclui o monitoramento.
Avaliação	Conjunto de procedimentos de julgamento do resultado de uma política.

FONTE: O autor (2019).

As cinco etapas apresentadas no respectivo quadro se baseiam em um consenso acadêmico acerca dos aspectos que devem compor um modelo de ciclo de políticas públicas (SOTTANI, 2017).

Para Frey (2000), embora haja na bibliografia, várias propostas de divisões do ciclo, todas têm em comum as fases de formulação, implementação e do controle dos impactos das políticas. Raeder (2014) ressalta que mais importante que a sequência que o ciclo apresenta, é o entendimento de que a política pública é composta de estágios com características específicas.

Uma agenda pode ser definida como um conjunto de problemas que geram debate público e exigem intervenção das autoridades (MENY; THOENIG, 1992). Segundo Rua (2014), a agenda de políticas representa uma lista de prioridades estabelecidas pelo governo e resulta de um processo competitivo. Para Raeder (2014), a agenda pode ser entendida como “um conjunto de problemas encarados como relevantes pelos atores envolvidos com a política.” (RAEDER, 2014, p. 130).

De acordo com Rua (2014), no debate sobre políticas públicas é comum a utilização das expressões “agenda do Estado”, “agenda da sociedade”, ou “agenda sistêmica”. São expressões que se referem a questões que preocupam de forma permanente diversos atores e à sociedade como um todo.

A “agenda governamental” reúne os problemas que um governo específico decide abordar (RUA, 2014). Sobre esse tema, Baptista (2012) considera duas

expressões: “políticas de Estado”; e “políticas de governo”. A diferença é que as políticas de Estado são mais inflexíveis e se relacionam com o que é previsto na Constituição ou em leis que permanecem mesmo após mudanças no governo.

A partir da definição dos problemas que serão contemplados nas ações públicas para serem solucionados, chega-se à formulação dos projetos que vão orientar a execução das atividades (RAEDER, 2014). De acordo com Capella (2018, p. 10), “entender o processo de formulação permite ampliar o entendimento sobre as mudanças em políticas públicas, a participação de atores, suas ideias, crenças e o próprio “fazer” das políticas”.

Ao analisar a agenda e a formulação de políticas públicas é importante considerar a origem das ideias. Nesse aspecto deve se observado se uma política pública advém de uma difusão ou transferência. O estudo da difusão busca entender como determinada política se alastrou pela estrutura de um sistema, enquanto que o estudo da transferência procura entender o motivo de uma política utilizada por um ator, ser adotada por outro (CARVALHO, 2012). A difusão / transferência de políticas públicas ocorre de quatro maneiras: aprendizado, imitação, competição e coerção, sendo que a utilização de um desses mecanismos não exclui a presença do outro (CARVALHO, 2017).

A fase de implementação é onde ocorre a concretização da solução dos problemas definidos na agenda. Nessa fase é importante que haja consenso entre quem executa e quem formula as metas e objetivos propostos (RAEDER, 2014). Segundo Santos (2017), o estudo mais relevante acerca da implementação teve início com trabalhos de Pressman e Wikdasky em 1984. A implementação é um processo dinâmico interligado a vários atores e ao cenário político, que pode envolver barganha e persuasão (SANTOS, 2017).

Após a fase de implementação, tem-se a avaliação da política pública. Essa fase possui a dimensão técnica, que coleta dados relacionados à pesquisa avaliativa; e a dimensão valorativa, que se baseia no exame das informações obtidas, para chegar a determinadas conclusões sobre a política, o programa ou projeto. (RUA, 2014).

Segundo Cunha (2018), a avaliação é um instrumento utilizado para a melhoria da eficiência do gasto público, para o controle sobre a efetividade da ação do Estado, e para a divulgação de resultados de governo. Sperancini, Cappa e Machado (2018) consideram a avaliação como parte de um mecanismo de

aprendizagem da formulação e execução de políticas públicas. Segundo os referidos autores, a avaliação permite examinar se as ações públicas são bem executadas e como elas podem ser melhoradas, corrigidas ou difundidas.

De acordo com Gomes (2018a) a avaliação pode ser realizada por meio da comparação entre dois grupos e pelo método reflexivo. A primeira diz respeito à comparação entre o público da política e o contra-factual (pessoas com as mesmas - ou próximas - características do grupo-alvo da política, mas que não foram afetadas pela política pública). Já o método reflexivo consiste em considerar o antes e o depois da implantação da política, sendo uma alternativa ao desafio de encontrar um contra-factual.

Rua (2014) ressalta que não se deve confundir a avaliação com o monitoramento, já que o monitoramento é o exame contínuo de processos, produtos e impactos das ações realizadas. Para Hanai (2009), o monitoramento é o processo de empreender medições regulares dos fenômenos e estimar as mudanças ocorridas ao longo do tempo. De acordo com Raeder (2014), as avaliações encerram o ciclo da política pública e fornecem subsídios para um novo ciclo.

Ao analisar políticas públicas também é fundamental identificar os atores políticos envolvidos em todo o processo. De acordo com Rua (2014), os atores políticos são “aqueles cujos interesses poderão ser afetados, positiva ou negativamente, pelo rumo tomado por uma determinada política pública” (RUA, 2014, p. 36). Esses atores podem ser indivíduos, grupos e organizações. Os atores públicos distinguem-se dos atores privados por exercerem funções públicas e mobilizar recursos associados a estas funções.

Rua (2014) elenca duas categorias de atores públicos: os políticos, cuja posição é resultado de mandatos eletivos (parlamentares, governadores, prefeitos e eleitos do Executivo Federal); e os burocratas, cuja posição está atrelada à ocupação de postos de trabalho que requerem conhecimento especializado em um sistema de cargos políticos (servidores públicos).

De acordo com Rua (2014), é importante a participação popular em todo o processo das políticas públicas, por meio dos conselhos, que são canais de participação política e com deliberação legalmente institucionalizada. Segundo Gomes (2018), os agentes envolvidos no turismo têm nos conselhos de políticas públicas, um ambiente recorrente de encontro. Para Rua (2014), o envolvimento da

sociedade deve ir além da formulação e tomada de decisão. Deve atingir a gestão de recursos, a fiscalização e o controle das políticas públicas.

Rua (2014) considera os trabalhadores como um importante grupo de ator, cujo poder resulta na capacidade de ação organizada. Todavia, entre os atores privados, destacam-se os empresários, com capacidade de influir nas políticas públicas e afetar a economia de um país. Para Gomes, Vargas-Sánchez e Pessali (2014), os empresários do turismo são atores com características diferenciadas no processo das políticas públicas, tendo em vista que eles têm seu empreendimento diretamente vinculado às políticas públicas do setor.

Assim, como defende Gomes (2018) a sociedade em geral tem pouca disposição para se envolver com as políticas públicas de turismo, sendo os empresários os mais envolvidos. Porém, frente aos impactos do turismo em uma localidade, o setor público deve atuar não como serviçal dos empresários, sim como guardião do bem-estar da sociedade. As características da ação pública no turismo serão abordadas na próxima seção.

2.2 POLÍTICAS PÚBLICAS E TURISMO

As políticas públicas de turismo em nível mundial, principalmente em relação à Europa e à América do Norte são contextualizadas por Pimentel, Pimentel e Vidal (2017) da seguinte forma:

Uma primeira geração de políticas de turismo, que abrange as décadas de 1930 e 40, a era fordista do turismo, é caracterizada pelo objetivo, implícito ou explícito, de estimular o turismo de massa a partir de um ponto de vista quantitativo. Na segunda geração, os impactos sociais, econômicos e ambientais da atividade turística são melhor compreendidos, e os instrumentos jurídicos, econômicos e financeiros são utilizados na tentativa de redefinir o objetivo de aumentar a contribuição do turismo para o bem-estar dos residentes. A competitividade da terceira geração de políticas de turismo tornou-se foco das estratégias do turismo, e o objetivo destas políticas se volta para a criação e manutenção de uma estrutura turística competitiva. (PIMENTEL; PIMENTEL; VIDAL, 2017, p. 296).

Segundo Lemos (2013), o turismo é um setor privado e de negócios, e também é um fenômeno social, relacionado ao fluxo de pessoas e também à produção e consumo de produtos e serviços tangíveis e intangíveis. De acordo com Hall (2008), a atividade é significativa, não somente pelo número de viajantes ou pela quantidade de empregos gerados, mas pelo forte impacto que a atividade tem

nos lugares e na vida das pessoas que neles vivem. A atividade turística também é considerada um elemento de qualidade de vida e de aproximação dos povos (CASTRO; MIDDLEJ, 2011).

Segundo Araujo (2012), o turismo enquanto política pública surge no Brasil por meio do Decreto-Lei n. 55, de 18/11/1966, que criou o Conselho Nacional de Turismo (CNTur), a Empresa Brasileira de Turismo (Embratur) e definiu a Política Nacional de Turismo.

A primeira Política Nacional de Turismo foi elaborada em 1996 com o objetivo de ordenar o setor público com parâmetros de planejamento e execução, e orientar o setor privado para inserir os territórios turísticos nacionais no mercado internacional (LANZARINI; BARRETTO, 2014). Antes, em 1993, o então Ministério da Indústria, Comércio e Turismo, concebeu o Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT), conforme colocado por Hanai (2009).

O Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT), oficialmente instituído em 1994, buscou estimular o desenvolvimento turístico nacional, a partir da descentralização das políticas públicas de turismo e do fortalecimento do planejamento turístico nos municípios, reconhecendo o papel essencial de intervenção dos envolvidos locais no desenvolvimento turístico sustentável, assim como da necessidade de modelos de planejamento abertos a uma ampla participação de sociedades locais. (HANAI, 2009, p. 92).

Segundo Lanzarini e Barretto (2014) o Brasil priorizou entre os anos de 1950 a 1970 o discurso de progresso com base no crescimento econômico controlado pelo Estado. A década de 1980 foi marcada por crises sociais e instabilidades financeiras. A partir da década de 1990, de acordo com os autores, o turismo foi inserido no país em meio a um liberalismo econômico de integração competitiva. Houve o aumento das relações de exploração e desigualdade social como consequência da visão de crescimento econômico como forma de progresso (LANZARINI; BARRETTO, 2014).

Em 2003, foi criado o Ministério do Turismo com o propósito de planejar e gerir o setor no país. Essa gestão priorizou a descentralização (LEMOS, 2013) e diversificação da oferta turística (ROCHA, 2018). A criação do Ministério iniciou uma nova fase nas políticas públicas de turismo no Brasil tendo em sua estrutura a Secretaria Nacional de Políticas Públicas de Turismo; Secretaria Nacional de

Programas de Desenvolvimento do Turismo; e as novas atribuições do Instituto Brasileiro de Turismo (Embratur) (CARVALHO, 2009).

A Embratur foi reestruturada em 2003 e teve todas as suas ações relacionadas exclusivamente à promoção do Brasil no exterior. Dessa forma, o Ministério do Turismo orientou suas ações para a regionalização, ou seja, as instâncias de governança regionais passaram a coordenar as políticas de turismo em âmbito regional.

Em 2008 foi promulgada a Lei 11.771, de 17 de setembro de 2008, denominada Lei Geral do Turismo, que estabelece normas sobre a Política Nacional de Turismo e define as atribuições do governo no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico. A partir dela foram elaboradas diversas regulamentações voltadas para temas específicos como cadastro, fiscalização, categorização dos municípios, qualificação, dentre outros.

A lei também reforçou a importância da Política Nacional de Turismo se direcionar para os princípios constitucionais da livre iniciativa, da descentralização, da regionalização e do desenvolvimento econômico e social justo sustentável. O artigo 5º da Lei Geral do Turismo coloca entre os objetivos da política: promover, descentralizar e regionalizar o turismo, estimulando Estados, Distrito Federal e municípios a planejar, em seus territórios, as atividades turísticas de forma sustentável e segura, inclusive entre si, com o envolvimento e a efetiva participação das comunidades receptoras nos benefícios advindos da atividade econômica.

Na segunda década dos anos 2000 o governo federal instituiu o Mapa do Turismo Brasileiro. Para um município integra-lo é preciso que ele se comprometa, entre outros aspectos, a: destinar anualmente, recursos orçamentários para o turismo municipal; constituir ou reativar o colegiado municipal de turismo; e elaborar ou atualizar o planejamento estratégico municipal do turismo (BRASIL, 2018).

Nesse contexto, o papel do Poder Público no planejamento e na gestão do setor é importante por regular e orientar as iniciativas a serem implementadas (LANZARINI; BARRETTO, 2014). Ele tem a função de facilitar, induzir e organizar, pois a atividade turística traz benefícios em curto prazo, mas também pode prejudicar o meio ambiente natural e sociocultural com a mesma velocidade. (CASTRO; MIDDLEJ, 2011).

Para Henz, Leite e Anjos (2010), a política de turismo pode ser interpretada como:

Um ramo das políticas públicas nacionais que visa o planejamento e o controle da atividade para que haja total aproveitamento dos recursos turísticos administrados de maneira a atrair o maior número possível de visitantes, beneficiando tanto os agentes e intermediários, quanto turistas e os próprios residentes, buscando acima de tudo o equilíbrio e a sustentabilidade. (HENZ; LEITE; ANJOS, 2010, p.6).

As políticas de turismo representam as orientações e indicam condições e procedimentos em curto, médio ou longo prazo para o processo de planejamento (HENZ; LEITE; ANJOS, 2010). Segundo Gomes (2018):

As políticas públicas de turismo são um conjunto de hábitos institucionalizados no Estado vinculados às possibilidades da sua sociedade receber ou enviar turistas. Esses hábitos se manifestam no planejamento, na legislação, na oferta de serviços públicos e no fomento relacionado ao turismo (GOMES, 2018, p. 38).

Segundo o referido autor, essas ações estão vinculadas de sua origem à sua conclusão, ao ciclo da política pública, e se manifestam em normas jurídicas, planos, programas, projetos ou comportamentos dos agentes públicos. Já o planejamento corresponde a uma espécie do gênero política pública, ou seja, diz respeito especificamente ao ciclo da política, no todo ou às vezes em parte, e se manifesta por meio dos planos, programas ou projetos (GOMES, 2018a).

Gonzáles (2011) considera que uma política pública representa uma série de decisões e ações que respondem a uma natureza específica. A referida autora ressalta que não são todas as ações do governo que podem ser chamadas de políticas públicas.

Una política turística para ser tal tiene que poder ser reconocida como un conjunto de acciones coherentes entre sí o, al menos, con vocación de coherencia; debe superar el ámbito de la mera intención política y materializarse en un programa de acciones reales que conllevan la utilización de recursos públicos; debe ser liderada por actores legítimos dentro del ámbito de sus competencias, lo que no quiere decir que deba ser exclusivamente impulsada e implantada por actores de naturaleza pública.(GONZÁLES, 2011, p.966).

Gomes (2018) explica que a atuação do setor público no turismo se manifesta de forma direta, indireta ou mista. De acordo com o referido autor, a atuação de forma direta se dá por meio de informação turística, marketing, planejamento turístico, roteirização turística, equipamentos turísticos, além da oferta e gestão de atrativos.

Para Rodrigues (2014), o turismo no Brasil ocorre em muitas ocasiões sem planejamento, tendo em vista a ocupação em cargos públicos de indivíduos sem conhecimento na área. Segundo Oliveira (2006), o planejamento no Brasil é visto apenas como um meio de fazer planos e delegar responsabilidades. Como consequência, muitas políticas e projetos falham ou têm impactos negativos. Para Nery, Souza e Tomazzoni (2015), a atividade turística sem planejamento pode acarretar danos irreversíveis à comunidade e ao meio ambiente.

De acordo com Fernandes, Souza e Dantas (2010), o turismo é capaz de contribuir para o desenvolvimento sustentável de uma localidade. Entretanto, para que haja otimização dos benefícios que a atividade pode gerar, é necessária a atuação do Estado por meio de um planejamento turístico ordenado e integrado, o que será abordado na seção seguinte.

2.2.1 Planejamento Turístico

O conceito de planejamento é colocado por Binfaré et al. (2016) como “a organização sistemática de um conjunto de ideias e decisões, de forma integrada” (BINFARÉ et al., 2016, p.30). Por meio dele se define o objetivo, a ordenação dos recursos que serão utilizados, os métodos, entre outros aspectos. Para a viabilidade do processo de planejamento, é necessário reunir as dimensões técnicas, financeiras e políticas (ALMEIDA; COSTA, 2007). Segundo Ávila (2009), planejar consiste em:

Prever antecipadamente uma série de ações, projetando um plano de atuação, de forma a chegar a uma situação desejada de forma coerente, organizada e sistemática. Adotar um planejamento significa que os idealizadores de uma determinada atividade pensam antecipadamente seus objetivos, e que suas ações serão baseadas em algum método e não em crenças e palpites (ÁVILA, 2009, p. 26).

O planejamento é uma ação direcionada para o futuro e exige os atos de prever e sequenciar ações que foram definidas. De acordo com Almeida e Costa (2007), os objetivos e metas precisam estar bem definidos, tendo em vista que eles envolvem decisões que afetarão questões socioeconômicas, ambientais e culturais. Nesse contexto, o planejamento requer pesquisa, conhecimento de métodos científicos, pessoal qualificado e em relação ao planejamento turístico.

Em seus estudos sobre os aspectos teóricos do planejamento turístico, Binfaré et al. (2016) encontraram similaridades nos conceitos que envolvem a temática, mediante a identificação das palavras: métodos, processo, futuro, objetivos e ordenação de ações. Se não houver planejamento, a atividade turística tem grande possibilidade de impactar de forma mais negativa do que positiva (CASTRO; MIDDLEJ, 2011).

Conforme exposto por Castro e Midlej (2011), um ponto importante no planejamento do turismo é a conscientização da população em prol da atividade, já que “o turismo depende da população, em todos os aspectos, para a imprescindível hospitalidade e os investimentos necessários.” (CASTRO; MIDDLEJ, 2011, p. 22). De acordo com Ávila (2009), “participar significa compartilhar o processo de tomada de decisões, implicando em co-decisão e co-responsabilidade” (ÁVILA, 2009, p. 26).

Segundo Carvalho (2014), os instrumentos participativos favorecem a transparência das ações e a imparcialidade nas decisões. Nesse contexto, o planejamento turístico deve conter um programa de conscientização da população, e os empresários devem estar engajados nas questões políticas do município (CASTRO; MIDDLEJ, 2011).

Segundo Silva e Miranda (2013), embora diversos municípios brasileiros desenvolvam a atividade turística para obter ganhos econômicos, também é importante que a atividade seja desenvolvida a partir da valorização da cultura e do meio ambiente, promovendo retorno para a comunidade. Nessa perspectiva, as autoras afirmam que a elaboração de planos municipais para o desenvolvimento turístico precisa ser por meio de um processo participativo, para que a atividade não se traduza em elemento de exclusão de uma parcela dos residentes.

Castro e Midlej (2011) relatam que as políticas públicas nacionais recomendam que os planejamentos turísticos em todos os níveis abranjam o desenvolvimento endógeno, considerando a percepção dos atores sociais das regiões turísticas.

De acordo com Carvalho (2014), o reconhecimento dos atores locais como parte do processo decisório fortalece o turismo no país. Para Castro e Midlej, (2011, p. 27), “a conscientização da população autóctone é a primeira fase para alcançar o turismo sustentável”. Segundo Fávero (2006), a participação dos envolvidos é uma das condições para o sucesso do planejamento do turismo, mas tal participação deve ser efetiva e respeitada.

A construção do processo de planejamento turístico deve apresentar variáveis econômicas, sociais, culturais e ambientais (ANJOS et al., 2005). Há gestores que evidenciam a geração de emprego e renda, sem informar que tal crescimento econômico também gerou distorções sociais (ÁVILA, 2009). Para o autor:

O viés apenas econômico do planejamento turístico, balizado por teorias administrativas, de comercialização e marketing, não tem dado conta do desenvolvimento adequado da atividade, e os resultados são preocupantes [...] durante muito tempo, difundiu-se a ideia desenvolvimentista e economicista do turismo, atribuindo à atividade a possibilidade de salvação econômica de cidades e até mesmo de países (ÁVILA, 2009, p. 25).

Essa observação também é mencionada por Hall (2008) ao colocar que uma abordagem exclusivamente econômica não considera os custos ambientais e sociais associados à produção econômica.

Fávero (2006), a partir dos seus estudos sobre os autores que abordam a temática de planejamento turístico, como Lickorish e Jenkins, Barretto, Beni, Ruschmann, Cooper, entre outros, consolida nove etapas do planejamento turístico. Essas etapas compreendem: identificação do problema; estabelecimento de objetivos e metas; estudo diagnóstico; análise das informações coletadas; realização de consultas; prognóstico ou formulação dos planos, programas ou projetos; análise dos planos, programas ou projetos; implementação de planos, programas ou projetos; monitoramento e reformulação.

A primeira etapa refere-se à identificação do problema ou opções, e se dá a partir do reconhecimento pelo governo, pela iniciativa privada e comunidade, dos aspectos que devem ser considerados para o desenvolvimento desejável (Fávero, 2006). A segunda etapa, estabelecimento de objetivos e metas, deve tornar claro o que se busca atingir com a implementação de planos, programas ou projetos. De acordo com Fávero (2006), esses aspectos podem ser divididos em objetivo geral e objetivos específicos, e as metas devem estar articuladas a esses objetivos. Quanto mais complexo for o objetivo que se deseja alcançar, mais complexo será o processo de planejamento, o que torna necessário ordenar as ações prioritárias (BINFARÉ et al., 2016).

Na etapa de estudo diagnóstico se conhece a situação do objeto de planejamento. Esta etapa envolve pesquisa e avaliação (FÁVERO, 2006). A autora

ressalta que no Brasil há poucas pesquisas em nível municipal para diagnosticar o perfil de demanda e realizar análise do mercado, e que muitos municípios possuem um inventário turístico desatualizado. A elaboração de um plano de desenvolvimento turístico requer do diagnóstico o maior número de informações que permita apresentar estratégias e intervenções de forma específica (MEDINA, 2012).

Na etapa da análise das informações coletadas, Fávero (2006) observa como relevante: avaliação do potencial turístico, ou seja, examinar os recursos naturais e culturais existentes e a capacidade de utilização desses recursos como atrativos ou produtos turísticos; avaliação do interesse da comunidade em desenvolver o turismo; análise de mercado, importante para avaliar o motivo pelo qual o turista se deslocaria para o destino em questão; análise dos impactos positivos ou negativos em relação aos aspectos sociais, econômicos, culturais ou ambientais.

Em seguida deve ser realizado o prognóstico ou formulação dos planos programas ou projetos que indica o que é necessário para o desenvolvimento turístico da região de interesse. É preciso estabelecer prioridades que devem ser definidas “de acordo com a magnitude do problema; a gravidade do problema; a eficácia da solução; a factibilidade do programa ou a intervenção e, ainda, a estimação e a comparação dos problemas.” (FÁVERO, 2006, p.46).

De acordo com Hall (2008), a missão, as metas e a formulação dos objetivos são componentes críticos de um planejamento turístico estratégico e devem estar relacionados com a definição do que uma organização procura alcançar. Para o autor, a coordenação, enquanto atividade política pode ser difícil, considerando que no turismo há muitos envolvidos no processo decisório. Hall (2008) pondera que o planejamento estratégico do turismo deve ter como base o planejamento estratégico para o destino, não para as organizações do destino.

Binfaré et al. (2016) ressaltam que após a elaboração do plano, é preciso que ele seja implementado. “De nada adianta a elaboração do plano se as ações ali propostas não saírem da esfera documental.” (BINFARÉ et al., 2016, p. 35). A implementação dos planos deve ser concretizada mediante projetos com finalidade de consolidação de produtos turísticos, melhoria de infraestrutura turística, entre outras. É a partir da implementação dos projetos que se torna possível desenvolver o turismo de forma planejada, respeitando os princípios da sustentabilidade econômica, ambiental, sociocultural e político institucional (BRASIL, 2018). Fávero

(2006) pondera que a implementação de planos, programas ou projetos deve obedecer às estruturas legais de regulamentação existentes em cada local.

A última etapa coloca por Fávero (2006) diz respeito ao monitoramento e reformulação. Segundo a autora, nesta fase é avaliada a eficiência e eficácia dos planos, programas e projetos. Os processos de monitoramento e avaliação se complementam, tendo em vista que “a avaliação necessita das informações originárias do monitoramento para realizar o julgamento que lhe cabe, a respeito da eficiência, eficácia e efetividade dos programas.” (CUNHA, 2018, p. 36).

Para Limberger, Anjos e Fillus (2012), o planejamento do turismo é um elemento fundamental para a ordenação dos recursos de maneira sustentável, e para que os destinos turísticos consigam vantagem competitiva. Como expõem Castro e Midlej (2011, p. 22), “é fundamental planejar buscando a sustentabilidade em modelos de gestões, políticas públicas coordenadas e integradas, aumentando a capacidade socioeconômica, ambiental e cultural da atividade”. Para Hanai (2009, p. 55), a palavra sustentabilidade já agrega em seu significado, a “redistribuição de rendimentos; equidade de produção; manutenção dos ecossistemas; manutenção da resiliência natural e do homem; e redistribuição de poder”. Para Hall (2008), uma forma de desenvolver o turismo de maneira sustentável é convencer tanto o governo, quanto a indústria do turismo, a colocar o desenvolvimento sustentável como princípio em seu planejamento e sua operação.

Hanai (2009) destaca determinadas temáticas como relevantes em se tratando da sustentabilidade e que se aplicam ao planejamento do turismo, como: preservação de áreas naturais; preservação de patrimônios culturais materiais e imateriais; iniciativas de capacitação turística; acessibilidade; taxa de investimentos públicos em turismo; oferta de serviços de transportes; participação social no processo de desenvolvimento turístico; iniciativas de educação e conscientização sobre turismo sustentável; e identificação das instituições e entidades representativas das classes do setor de turismo atuantes nos processos decisórios de desenvolvimento turístico.

Para Albuquerque (2009) os recursos naturais inseridos em unidades de conservação que permitem práticas turísticas, como as do segmento de turismo de aventura, precisam da aplicação de plano de manejo para a preservação do patrimônio natural e contribuição ao desenvolvimento sustentável do turismo. Granemann (2006) coloca que para a preservação de áreas naturais é preciso haver

uma análise de capacidade de carga turística. Essa análise é um instrumento que busca garantir a qualidade da oferta turística, conciliando diversos fatores, como satisfação do turista e da população residente, e infraestrutura turística.

O conceito de capacidade de carga aplicado ao turismo se constitui em um referencial fundamental tanto pela necessidade do aproveitamento turístico dos recursos naturais, quanto pela sensibilidade social perante a proteção desses recursos (ANJOS; PIRES, 2006). A capacidade de carga turística possui aspectos ecológicos, sociais e econômicos. De acordo com Granemann (2006), a capacidade de carga ecológica refere-se aos impactos sofridos pelo meio natural, como consequência do número de visitantes e do equipamento turístico utilizado por eles. A capacidade de carga social é direcionada tanto ao turista, quanto ao residente, que são impactados pelo excesso de visitantes. A capacidade de carga econômica baseia-se na rentabilidade e viabilidade econômica dos equipamentos turísticos instalados em áreas turísticas.

No aspecto econômico, o planejamento turístico impulsiona vários setores, proporcionando benefícios como geração e aumento de divisas, incremento no comércio e geração de postos de trabalho (OLIVEIRA, 2008). Para o referido autor, o planejamento turístico possibilita que os recursos gerados pela atividade circulem por meio dos gastos em restaurantes, hotéis, entre outros, em um ciclo onde todo o comércio local e a população podem ser beneficiados.

Nesse contexto, as melhorias alcançadas pela acumulação de renda que a atividade turística insere na comunidade são percebidas como estratégia para a geração de emprego e renda (OLIVEIRA, 2008). Ribeiro e Teles (2019) salientam que embora os destinos busquem a ampliação da economia e criação de empregos, é necessário que as estratégias de planejamento e organização dos destinos sejam verificadas conforme suas especificidades, tendo em vista a diversidade turística e as diversidades regionais do Brasil.

O planejamento do turismo deve conter também ações acerca da melhoria de infraestrutura local. Segundo Pereira et al. (2018), a carência de infraestrutura, tanto básica, quanto turística, é um dos principais limitadores de crescimento da atividade turística no Brasil. De acordo com os autores, é necessário que o planejamento turístico atue nos aspectos relativos à acessibilidade, mobilidade urbana, sinalização turística, centros de informação ao turista e terminais de passageiros.

Silveira e Santos (2006) acrescentam três aspectos que devem ser considerados em um planejamento turístico, como a divulgação do destino, a preservação do patrimônio cultural e a necessidade de capacitação profissional. Para as autoras, a divulgação do destino turístico precisa ser feita por meio de uma comunicação baseada em conteúdo instrutivo e embasado cientificamente, a fim de apresentar à demanda potencial, uma oferta que corresponda à realidade.

Segundo Albuquerque (2009), a divulgação do destino depende de fatores inerentes ao campo da comunicação, ao produto turístico e ao mercado. Assim, é preciso que os profissionais de comunicação elaborem estudos e promovam informações direcionadas ao público correto. Para o autor, a missão do marketing é criar uma marca em torno de atributos como belezas naturais, atrativos culturais e outros que motivem a escolha do turista por determinado destino.

Segundo Nogueira (1987), para que a informação turística tenha valor, é preciso que ela seja autêntica, completa e esteja disponível. Essas informações podem ser divulgadas em feiras, centros de atendimento ao turista, na imprensa, entre outros.

Em relação à preservação do patrimônio cultural, Silveira e Santos (2006) ponderam que promover tal preservação, implica conhecer com profundidade as culturas aos quais está trabalhando. O impacto do patrimônio cultural sobre o destino turístico ocorre quando as características desse patrimônio movimentam o comércio de artesanato, a apreciação gastronômica, valorização de grupos folclóricos locais, e venda de ingressos para exposições e apresentações locais (ALBUQUERQUE, 2009).

A capacitação turística é colocada por Silveira e Santos (2006) como a primeira medida para a implantação de um turismo sustentável, mas ressaltam que não é suficiente ter planos produzidos por profissionais qualificados, se a elaboração desses documentos não for seguida por outras fases de implementação e gestão. Segundo Oliveira (2008), é necessário capacitar todos os profissionais que atuam com o turismo, como agentes, comerciantes, hoteleiros, recepcionistas, entre outros, pois a eles competem à hospitalidade ao turista e sua inserção aos atrativos turísticos.

Entre as atividades inerentes ao planejamento turístico, Bahl (2006) coloca ainda em evidência a elaboração de roteiros formatados como produtos, que se baseia em um processo de ordenação de elementos como: adequação do meio de

transporte a ser utilizado; locais a serem visitados; meios de hospedagem; restaurantes; duração do roteiro e mercado a ser explorado. O roteiro pode ser um produto passível de consumo e altamente motivador, se exposto de maneira correta (BAHL, 2006). Nesse contexto, a elaboração de um roteiro necessita de pessoas qualificadas e tecnicamente preparadas. Segundo Pereira et al. (2018) a promoção e comercialização de um produto turístico é uma ação que exige articulação entre poder público e iniciativa privada para que efetivamente chegue ao público-alvo.

Segundo Hall (2008), toda abordagem relativa ao planejamento turístico, baseada na sustentabilidade, deve considerar não apenas uma observação do ambiente físico, mas a compreensão do contexto econômico, social e dos sistemas políticos nos quais o turismo faz parte. De acordo com o autor, o maior desafio dos planejadores de turismo está na questão sobre quem será beneficiado, tendo em vista que a sustentabilidade tem como um dos seus princípios, a ideia de equidade.

Assim, o planejamento se materializará no plano de turismo que será o instrumento no qual estarão registradas as escolhas realizadas ao longo do planejamento com vistas à implantação da política pública de turismo. Por isso a partir dos aspectos relativos ao planejamento e desenvolvimento turístico apresentados no referencial teórico é possível obter variáveis para a análise dos planos de turismo. Nesse trabalho essa análise será direcionada para capitais brasileiras, de acordo com os procedimentos metodológicos expostos a seguir.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esta seção apresenta os procedimentos metodológicos utilizados na presente pesquisa, no que tange ao tipo de pesquisa, instrumento de coleta de dados, amostra e estratégias de análise.

3.1 TIPO DE PESQUISA

O tipo de pesquisa refere-se às características em relação à sua abordagem, natureza, seus objetivos e as técnicas utilizadas. Essa pesquisa possui abordagem qualitativa, que segundo Angelo (2012), é uma forma de investigação que objetiva compreender fenômenos com a premissa de que a subjetividade da ação social envolve a criação de atitudes e perspectivas. Assim, ela preocupa-se com aspectos que direcionam a compreensão e explicação da dinâmica das relações sociais (SILVEIRA; CÓRDOVA, 2009).

De acordo com Angelo (2012) os dados revelados em uma pesquisa qualitativa possuem informações não observadas em pesquisas quantitativas, particularmente no que diz respeito aos detalhes vinculados a atitudes, motivos e referências de determinado objeto.

Quanto à natureza, a presente pesquisa é caracterizada como aplicada, tendo em vista que ela gera conhecimentos que podem ser utilizados de forma prática (ANGELO, 2012), como no projeto de planejamento e gestão em turismo, que será elaborado no presente trabalho para ser aplicado aos agentes públicos de turismo.

Em relação aos objetivos, as pesquisas são divididas em exploratórias, descritivas e explicativas. Essa pesquisa se caracteriza como exploratória, que conforme Gil (2002) proporciona maior proximidade com o problema e assume em geral, a forma de pesquisa bibliográfica e estudos de caso.

3.2 TÉCNICAS DE PESQUISA

As técnicas utilizadas no presente estudo são a pesquisa bibliográfica e documental. A pesquisa bibliográfica compreende a coleta de informações em trabalhos de autores divulgados em livros, artigos científicos, publicações periódicas

e outros materiais, e a pesquisa documental baseia-se na utilização de materiais primários: documentos que não receberam um tratamento analítico; ou secundários, como relatório de pesquisa (GIL, 2002).

A presente pesquisa possui um roteiro de análise como instrumento de coleta de dados. A análise de conteúdo será utilizada mediante os planos municipais de turismo de cinco capitais brasileiras definidos na amostra: Curitiba (PR), São Paulo (SP), Brasília (DF), Manaus (AM) e Fortaleza (CE).

3.3 ANÁLISE MULTICASOS

A presente pesquisa adota um estudo multicaso, composto por cinco planos de turismo mais recentes disponibilizados na internet, de capitais que possuem o maior número de ocupações de atividades características do turismo em sua região. A seleção dos casos baseou-se em duas etapas. A primeira etapa do processo de amostragem objetivou a busca de planos de turismo de capitais brasileiras, disponíveis na internet. A busca ocorreu mediante a utilização dos buscadores Google e DuckDuckGo, no mês de março de 2019.

A pesquisa acerca dos referidos planos nos buscadores foi realizada por meio das palavras-chave: “plano de turismo (+ nome das capitais, de forma individual)”; “plano de desenvolvimento turístico (+ nome das capitais, de forma individual)”; e “plano diretor de turismo (+ nome das capitais, de forma individual)”. O buscador Google foi utilizado como primeira opção de pesquisa. O buscador DuckDuckGo foi utilizado para nova busca dos planos de turismo de capitais que não obtiveram retorno com o primeiro buscador utilizado.

O resultado obtido com a referida pesquisa acusou a disponibilidade de quinze documentos, conforme Quadro 02.

QUADRO 2 - PLANOS MUNICIPAIS DE TURISMO DISPONÍVEIS

PLANOS MUNICIPAIS DE TURISMO DISPONÍVEIS POR REGIÃO			
REGIÃO	MUNICÍPIO	PLANO	ANO
Sul	Curitiba (PR)	Plano Municipal de Turismo de Curitiba	2015 – 2017
	Florianópolis (SC)	Plano de Desenvolvimento Sustentável do Turismo de Florianópolis (PDST- FLN)	2011
Sudeste	Belo Horizonte (MG)	Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável do Município de Belo Horizonte (PDITS – BH)	2012
	Vitória (ES)	Plano Diretor do Turismo Vitória	2017-2025
	São Paulo (SP)	Plano de Turismo Municipal de São Paulo - Platum	2015-2018
Centro-Oeste	Campo Grande (MS)	Plano Municipal de Turismo Campo Grande	2017-2027
	Goiânia (GO)	Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável (PDITS) Goiânia	2012
	Brasília (DF)	Plano de Turismo Criativo de Brasília	2016-2019
Norte	Manaus (AM)	Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável (PDITS) Manaus	2011
	Palmas (TO)	Plano de Marketing Turístico Estratégico e Operacional - Polo Turístico de Palmas	2016-2020
Nordeste	São Luís (MA)	Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável (PDITS) da Área Turística de São Luís	2014
	Teresina (PI)	Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável (PDITS) Teresina	2011
	Fortaleza (CE)	Plano Estratégico do Turismo de Fortaleza	2016
	Natal (RN)	Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável (PDITS) da área turística do Município de Natal	2013
	Recife (PE)	Plano do Turismo Criativo Recife	2019-2021

FONTE: O autor (2019).

O referido quadro com a listagem das capitais brasileiras que possuem plano de turismo disponibilizado na internet finaliza a primeira etapa do processo de escolha dos casos. A partir dessa lista, realizou-se a segunda etapa do processo de seleção da amostra, cujo objetivo foi identificar em cada região, qual capital cujo plano de turismo é disponibilizado na internet, detém o maior número de ocupações de atividades características do turismo. Esse critério foi utilizado considerando a importância da atividade turística nos municípios como fonte de emprego e renda.

Para essa etapa foi utilizado o extrator de dados do turismo do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – IPEA, tendo como parâmetro o ano de 2017, último ano disponibilizado no extrator para consulta.

Para chegar ao resultado, foram utilizados os filtros presentes no extrator de dados do turismo do IPEA, conforme Quadro 03.

QUADRO 3 - FILTROS INSERIDOS NO EXTRATOR - IPEA

EXTRATOR DE DADOS DO TURISMO DO IPEA	
Marcador do extrator	Filtro utilizado
Contextos: MUNICÍPIOS Contexto Turismo sem Coeficiente	Opção 2: Caracterização da ocupação formal nas ACTs
Dimensões	Opção 00: Ano de referência: 2017
	Opção 01: Atividades Características do Turismo: Todas ACTs
	Opção 02: Nível Geográfico: Região e Município: (seleção dos municípios de interesse): CURITIBA (PR); FLORIANOPOLIS (SC); BELO HORIZONTE (MG); VITORIA (ES); SAO PAULO (SP); CAMPO GRANDE (MS); GOIANIA (GO); BRASILIA (DF); MANAUS (AM); PALMAS (TO); SAO LUIS (MA); TERESINA (PI); FORTALEZA (CE); NATAL (RN); RECIFE (PE)
Métricas	Número de ocupações

FONTE: O autor (2019).

Após a utilização dos referidos filtros, o resultado sobre as capitais e os respectivos números de ocupações de atividades características do turismo são apresentados no Quadro 04.

QUADRO 4 - NÚMERO DE OCUPAÇÕES EM 2017 – EXTRATOR IPEA

REGIÃO	MUNICÍPIO	NÚMERO DE OCUPAÇÕES EM 2017
Sul	CURITIBA (PR)	40.285
	FLORIANOPOLIS (SC)	19.467
Sudeste	SAO PAULO (SP)	252.056
	VITORIA (ES)	8.662
	BELO HORIZONTE (MG)	56.211
Centro-Oeste	BRASILIA (DF)	55.962
	GOIANIA (GO)	26.686
	CAMPO GRANDE (MS)	10.546
Norte	MANAUS (AM)	16.862
	PALMAS (TO)	3.542
Nordeste	FORTALEZA (CE)	38.116
	TERESINA (PI)	11.893
	SAO LUIS (MA)	10.721
	NATAL (RN)	16.660
	RECIFE (PE)	33.195

FONTE: O autor (2019).

Considerando os resultados obtidos por meio do extrator de dados do turismo do IPEA, tem-se como definição das capitais que terão os planos de turismo analisados na presente pesquisa por possuírem o maior número de ocupações em relação aos demais municípios de sua região: Curitiba (PR); São Paulo (SP); Brasília (DF); Manaus (AM); Fortaleza (CE).

A próxima seção apresenta as estratégias e variáveis utilizadas para a análise dos planos municipais de turismo selecionados.

3.4 ESTRATÉGIA DE ANÁLISE

A estratégia pode ser conceituada como o conjunto dos planos que dirigem e fazem o delineamento das formas de alcançar determinado objetivo (MAXIMIANO, 2000). Para essa pesquisa, tem-se como estratégia de análise e interpretação dos planos de turismo selecionados, a identificação de trechos referentes a cada categoria de análise discutida no marco teórico.

A partir dos aspectos expostos no referencial teórico acerca do processo envolvido na formulação de políticas públicas de turismo e na necessidade de um planejamento turístico com base nos princípios da sustentabilidade, as variáveis de análise definidas para a análise dos planos de turismo selecionados foram:

participação; infraestrutura; geração de emprego e renda; capacitação turística; preservação de áreas naturais; preservação do patrimônio cultural; roteirização; marketing; oferta e gestão de atrativos; e recursos públicos em turismo, conforme demonstrado no Quadro 05.

QUADRO 5 - VARIÁVEIS DE ANÁLISE

VARIÁVEIS	DESCRIÇÃO
Participação	Participação da comunidade na formulação dos planos, programas e projetos.
Infraestrutura	Acessibilidade, sinalização turística, mobilidade urbana, melhoria dos transportes.
Geração de emprego e renda	Inserção de residentes locais no setor de turismo.
Capacitação turística	Ações de capacitação em prol do turismo.
Preservação de áreas naturais	Iniciativas para verificação de capacidade de carga turística.
Preservação do patrimônio cultural	Iniciativas de valorização dos produtos típicos locais e das manifestações culturais.
Roteirização	Ações para criação ou consolidação de roteiros.
Marketing	Divulgação do destino e informação turística.
Oferta e gestão de atrativos	Diversificação da oferta; medidas para controle, manutenção e avaliação dos atrativos.
Recursos públicos em turismo	Previsão de arrecadação e destinação de recursos financeiros em prol da atividade.

FONTE: O autor (2019).

O Quadro 05 apresenta as variáveis de análise e suas respectivas descrições para análise dos Planos de turismo de Curitiba (PR), São Paulo (SP), Brasília (DF), Manaus (AM) e Fortaleza (CE).

A coleta de dados foi realizada mediante a busca das variáveis: participação; infraestrutura; geração de emprego e renda; capacitação turística; preservação de áreas naturais; preservação do patrimônio cultural; roteirização; marketing; oferta e gestão de atrativos; e recursos públicos em turismo, em cada Plano Municipal de Turismo selecionado. Nessa etapa da pesquisa, foram atribuídas palavras-chave para o conjunto de cada variável, conforme Quadro 06.

QUADRO 6 - PALAVRAS-CHAVE PESQUISADAS

CONJUNTO: VARIÁVEL + DESCRIÇÃO	PALAVRAS-CHAVE PESQUISADAS NOS DOCUMENTOS
Participação: Participação da comunidade na formulação dos planos, programas e projetos.	Participação; comunidade; população.
Infraestrutura: Acessibilidade, sinalização turística, mobilidade urbana, melhoria dos transportes.	Infraestrutura; acessibilidade; sinalização; mobilidade; transporte.
Geração de emprego e renda: Inserção de residentes locais no setor de turismo.	Emprego; renda; trabalho; oportunidade.
Capacitação turística: Ações de capacitação em prol do turismo.	Capacitação; qualificação.
Preservação de áreas naturais: Iniciativas para verificação de capacidade de carga turística.	Preservação; conservação; meio ambiente; naturais; capacidade; carga.
Preservação do patrimônio cultural: Iniciativas de valorização dos produtos típicos locais e das manifestações culturais.	Patrimônio; cultura; valorização; incentivo; manifestação; material.
Roteirização: Ações para criação ou consolidação de roteiros.	Roteirização; roteiro.
Marketing: Divulgação do destino e informação turística.	Marketing; divulgação; comunicação; promoção; destino; informação; atendimento.
Oferta e gestão de atrativos: Diversificação da oferta; medidas para controle, manutenção e avaliação dos atrativos.	Gestão; oferta; diversificação; planejamento; avaliação.
Recursos públicos em turismo: Previsão de arrecadação e destinação de recursos financeiros em prol da atividade.	Recursos; fundo; arrecadação; investimento.

FONTE: O autor (2019).

Cada palavra-chave foi inserida de forma individual na caixa de pesquisa dos documentos selecionados e a coleta de dados levou em consideração a leitura do contexto em que essas palavras-chave aparecem nos planos de turismo, para verificar se há relação com a respectiva variável e seu indicador de referência.

Após coletados, os dados foram analisados por meio da análise de conteúdo. Segundo Carlomagno e Rocha (2016) a metodologia de análise de conteúdo foi desenvolvida nos Estados Unidos da América, sob a coordenação de Harold Lasswell. A análise de conteúdo é colocada por Gerhardt et al. (2009), como uma técnica que possui várias modalidades, como análise lexical, análise de expressão, análise de relações, análise temática e análise de enunciação. Para os autores, a análise temática é considerada a apropriada para as investigações qualitativas.

Segundo Angelo (2012) a análise de conteúdo busca descrever de forma objetiva e sistemática determinado conteúdo. Bardin (1977) aponta três fases cronológicas para a análise de conteúdo: pré-análise; exploração do material; e tratamento dos resultados e interpretação.

Gonçalves (2016), a partir dos seus estudos sobre os autores que abordam a análise de conteúdo, como Bardin, coloca que essa técnica pode ser utilizada em pesquisas quantitativas, com o intuito de verificar a frequência com que determinada característica repete no conteúdo estudado; e em pesquisa qualitativa, quando o objetivo é considerar a presença ou ausência de determinada característica no conteúdo a ser analisado.

A presente pesquisa adota como características, as variáveis apresentadas anteriormente, com o objetivo de verificar sua presença ou não nos planos de turismo selecionados. Nesse contexto, a análise de conteúdo utilizada também pode ser classificada por meio da técnica de análise categorial, ou análise temática, que é uma das técnicas que abrangem a análise de conteúdo e que desmembra o texto em unidades ou categorias.

A análise de conteúdo dos planos municipais de turismo das cidades de Curitiba (PR), São Paulo (SP), Brasília (DF), Manaus (AM) e Fortaleza (CE) foi realizada com a inserção de cada variável na caixa de pesquisa dos respectivos documentos e a leitura do contexto em que a variável foi identificada, para verificar se sua presença se relacionava com o indicador de referência. Em seguida, foi realizada uma análise qualitativa de cada uma presente nos planos municipais de turismo selecionados.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS DA PESQUISA

Essa seção apresenta os dados coletados no plano municipal de turismo das cidades de Curitiba (PR), São Paulo (SP), Brasília (DF), Manaus (AM), Fortaleza (CE) e a análise qualitativa do resultado da pesquisa. Após a abordagem individual a cada plano de turismo, foi realizada uma análise geral dos resultados obtidos.

4.1 CURITIBA – PR

O município de Curitiba, localizado na região sul do Brasil, e capital do estado do Paraná, foi fundado em 29 de março de 1693, data da criação da Câmara (CURITIBA, 2019). Dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE (2019) mostram que Curitiba possuía no ano de 2018, uma população estimada de 1.917.185 pessoas. O salário médio mensal no município de Curitiba em 2017 era de 4,0 salários mínimos, tendo como proporção de pessoas com trabalho em relação à população local, o número de 53,3% (IBGE, 2019). Segundo o IBGE (2019), o Produto Interno Bruto – PIB per capita da cidade correspondeu a R\$ 44.239,20 no ano de 2016, e o Índice de Desenvolvimento Humano Municipal – IDHM em 2010 era de 0,823.

O Plano Municipal de Turismo de Curitiba (2015 - 2017) é um instrumento que apresenta diretrizes para o fortalecimento da atividade turística no município, com a abordagem de temas discutidos pelo Conselho Municipal de Turismo. Esse documento tem como objetivo estabelecer diretrizes para a condução da atividade turística na cidade de Curitiba, de forma compartilhada, com respeito aos órgãos e entidades para a qualificação como destino turístico de eventos e negócios e incremento ao turismo de lazer.

A pesquisa identificou no Plano Municipal de Turismo de Curitiba 2015-2017, trechos referentes à participação da comunidade na formulação dos planos, programas e projetos. A presença dessa variável está no capítulo de metodologia, no qual há a informação de que a elaboração do referido plano iniciou com a mobilização das entidades e órgãos do Conselho Municipal de Turismo – COMTUR e com a criação de grupos de trabalho.

O documento destaca as oficinas participativas: “Elaboração da Política Municipal de Turismo”, e “Subsídios para o Plano Municipal de Turismo”, e a

disponibilidade da ferramenta “fale conosco”, no site oficial “Curitiba Turismo” e nas redes sociais do órgão e da Prefeitura Municipal de Curitiba, utilizadas para convidar a população em geral a contribuir com a elaboração do Plano.

Em relação à infraestrutura, o documento informa que esse aspecto não constitui um grave entrave ao desenvolvimento da atividade turística no município. Mas pondera que é necessário qualificar a sinalização em pontos específicos das áreas de interesse turístico, já que na pesquisa realizada sobre demanda turística de Curitiba, identificou a sinalização turística como um dos maiores índices de insatisfação dos visitantes.

O Plano de Turismo destaca a ampliação do uso de bicicletas como tendência em se tratando de transporte urbano e cita como exemplo as cidades de Nova Iorque e Londres. O documento coloca como ação específica, garantir a mobilidade do turista e a constante inovação dos sistemas de transporte urbano, qualificando a mobilidade e a acessibilidade ao destino e consolidando Curitiba como referência na qualidade, sustentabilidade e na integração dos serviços públicos de transporte.

A geração de emprego e renda é abordada de forma geral no documento como consequência da atuação do poder público nas áreas estratégicas definidas. No capítulo específico das ações, a temática da geração de emprego e renda é inserida como oportunidade criada à atividade artesanal e cultural existente, por meio de projetos de incentivo à qualificação e comercialização da produção associada.

A referida temática também pode ser observada nas seguintes ações descritas no Plano: integrar o setor público e o setor privado no fomento da produção associada ao turismo como oportunidade de geração de emprego e renda; e estimular o projeto Sou Curitiba, gerando oportunidades de negócio para produtores locais, conciliando com os canais de comercialização de artesanato, como as lojas Leve Curitiba e Feiras de Arte e Artesanato.

O Plano de Turismo de Curitiba possui ações referentes à capacitação turística. Essas ações baseiam-se na implantação de programas de sensibilização e capacitação para atendimento ao turista; e implantação do Programa de Hospitalidade e Capacitação Técnica para o Turismo, que contém os projetos de qualificação de gestores de empreendimentos e equipamentos turísticos, e projetos de qualificação de gestores das políticas públicas do turismo, do setor público e

privado. Há também como projeto, a realização de estudos, diagnósticos de impacto e pesquisa de demanda para qualificação e aperfeiçoamento profissional.

A preservação de áreas naturais é abordada de forma geral no documento, por meio da informação acerca da necessidade de compromisso com a sustentabilidade do destino e a proteção e conservação do patrimônio natural. Não há menção específica relativa à capacidade de carga turística de determinado atrativo.

O Plano Municipal de Turismo de Curitiba considera que por meio da qualificação de produtos e serviços turísticos é possível, entre outros benefícios, resultar na valorização das manifestações artísticas e culturais, como patrimônio da população local.

Entre as ações presentes no Plano estão a elaboração de políticas públicas de incentivo à criação de produtos associados de identidade local; fortalecimento da Feira de Arte e Artesanato, qualificando as relações institucionais entre os artesãos; e criação de políticas públicas de incentivo a produções artísticas/culturais capazes de agregar valor ao produto turístico.

Em relação à criação e consolidação de roteiros, o documento possui duas ações: elaborar de forma participativa os roteiros culturais; e fortalecer a Região Turística Rotas do Pinhão, por meio do incremento na promoção e comercialização de roteiros integrados.

A divulgação do destino Curitiba é destacada no Plano mediante tópico específico. Há diretriz acerca de como deve ser feita a promoção e comercialização do destino, e da necessidade de elaboração de um Plano de Marketing Turístico, a fim de ampliar os canais de comunicação, distribuição e promoção.

Entre as ações contidas no plano acerca da divulgação do destino, há a criação de um fórum permanente para discussão integrada das ações de promoção e comercialização do destino: confecção de material promocional, participação em feiras e eventos, entre outras. Sobre a informação turística, o documento aponta a existência na cidade de Postos de Informações Turísticas (PITs), e serviços como o disque-turismo.

No que tange a oferta e gestão de atrativos, o Plano aborda a produção associada ao turismo como área estratégica de integração das organizações públicas, privadas e do terceiro setor, sendo tal integração capaz de gerar iniciativas em prol da diversificação da oferta turística de Curitiba.

As ações presentes no Plano que envolvem essa temática são: qualificar as estruturas dos parques urbanos, aprimorando e ampliando a oferta de atrativos turísticos; e cooperação pública e privada em prol do turismo, com a inclusão do órgão oficial de Turismo nos processos de formulação de políticas públicas, de planejamento e de gestão compartilhada dos atrativos.

Em relação aos recursos públicos em turismo, o Plano Municipal de Turismo de Curitiba 2015-2017 destaca o Fundo Municipal do Turismo, como ação de implantação de mecanismo de ordenação de recursos para investimentos no turismo, considerando os preceitos legais. Ressalta-se ainda a estruturação de uma política de incentivos para o investimento privado no setor turístico.

Constata-se a presença das dez variáveis no Plano Municipal de Turismo de Curitiba 2015-2017. Assim, o Plano Municipal de Turismo de Curitiba 2015-2017, possui 100% dos aspectos considerados fundamentais para o planejamento turístico.

4.2 SÃO PAULO – SP

O município de São Paulo, localizado na região sudeste do Brasil, e capital do estado de São Paulo, tem como data oficial de fundação, 25 de janeiro de 1554, correspondente à inauguração do Colégio dos Jesuítas (MENDONÇA, 2014). Dados do IBGE (2019) apontam que o município possuía no ano de 2018, uma população estimada de 12.176.866 pessoas. O salário médio mensal no município de São Paulo em 2017 era de 4,2 salários mínimos, tendo como proporção de pessoas com trabalho em relação à população local, o número de 45,8% (IBGE, 2019). Segundo o IBGE (2019), o PIB per capita da cidade correspondeu a R\$ 57.071,43 no ano de 2016, e o IDHM em 2010 era de 0,805.

O plano de turismo municipal de São Paulo foi instituído pela Lei Municipal nº 11.198, de maio de 1992, com o intuito de promover o turismo como fator de desenvolvimento social, econômico e cultural, por meio da formulação de políticas para o setor. O atual plano da cidade, denominado “PLATUM 2015-2018” busca o reconhecimento do Turismo como uma das mais importantes atividades econômicas e sociais da cidade.

O referido plano aponta em suas ações, a participação da comunidade no direcionamento do desenvolvimento do turismo. Nele também é ressaltada a

necessidade de cooperação e participação do setor público, privado e sociedade civil organizada.

O Plano de Turismo de São Paulo apresenta informações acerca da preservação ou conservação de áreas naturais. O documento aponta a criação de um plano de turismo específico para o Polo de Ecoturismo de São Paulo, criado em 2014. Esse Plano específico é justificado tendo em vista as peculiaridades da região que faz parte do Polo, e para garantir um direcionamento das ações de forma sustentável e que possibilite uma maior participação da comunidade local.

Os aspectos relativos à infraestrutura são observados em diversas ações propostas no Plano de Turismo de São Paulo. O documento tem a acessibilidade como um dos seus princípios norteadores e como ferramenta de inclusão e valorização da diversidade de pessoas. A elaboração do Plano contou com um especialista em Acessibilidade.

Entre outras ações relativas à infraestrutura, destacam-se: ampliar e modernizar o programa de sinalização turística viária e para pedestres; viabilizar uma opção de transporte turístico pelas principais atrações da cidade; e propor ações conjuntas que facilitem o deslocamento e o transporte turístico na cidade.

O documento pretende destacar a capacidade da atividade turística em gerar emprego e renda a grupos diversos em todas as áreas da cidade. No Plano, há o eixo temático Consolidação do Turismo, descrito como um tópico que possui ações que buscam apresentar o turismo como uma atividade econômica com alto poder de geração de empregos e receitas. Porém, não é apresentada uma ação específica em prol da inserção de residentes no setor de turismo.

A variável Capacitação Turística é abordada no documento por meio de propostas de ações como: identificar as demandas do mercado para orientar a implantação de programas de qualificação de mão de obra para o setor; e ampliar o programa de capacitação de agentes e operadores para venda dos produtos turísticos da cidade.

Em relação à preservação do patrimônio cultural, o documento coloca como necessidade a preservação do patrimônio e valorização das iniciativas culturais, valendo-se dos bens de interesse histórico, cultural, paisagístico, ambiental e social da cidade. O Plano considera o estímulo à conservação do patrimônio histórico e cultural, uma das demandas essenciais para o desenvolvimento do Turismo.

A roteirização é mencionada no Plano de Turismo de São Paulo para divulgar resultados alcançados nessa temática pelo Plano anterior (2011-2014). Em relação ao atual Plano, não há informação acerca de novos projetos de roteirização ou consolidação dos existentes.

No Plano de Turismo de São Paulo há o eixo temático “Promoção da Cidade”, com várias ações direcionadas para a promoção do destino São Paulo, como: a criação da Marca São Paulo; o desenvolvimento de campanhas promocionais e estratégias de posicionamento para consolidação do destino; criação de material promocional para divulgação em território nacional e em mercados internacionais; realização de viagens técnicas de familiarização com agentes de viagem; organizadores de eventos, jornalistas e outros formadores de opinião para ampliar a divulgação da cidade.

A informação turística é abordada nas ações de disseminar dicas e orientações sobre a cidade para população, turistas e prestadores de serviços, e aprimorar os serviços oferecidos pelas Centrais de Informação Turística existentes na cidade.

O conjunto Oferta e Gestão de Atrativos é identificado no documento analisado por meio da inclusão de ações de aprimoramento da gestão e fortalecimento da Marca São Paulo, bem como, a proposta de novas pesquisas de perfil do público e avaliação da cidade nos principais eventos. Não foram encontrados trechos no Plano de Turismo de São Paulo que correspondam à variável Recursos Públicos em Turismo.

Constata-se a presença de nove variáveis no Plano de Turismo Municipal Cidade de São Paulo – PLATUM 2015-2018. Dessa forma, o referido plano possui 90% dos aspectos considerados fundamentais para o planejamento turístico.

4.3 BRASÍLIA – DF

Localizada na região centro-oeste do país, Brasília foi fundada em 21 de abril de 1960 para ser a nova capital do Brasil, instalando o Distrito Federal (MARIZ, 2015). Dados do IBGE (2019) apontam que Brasília possuía no ano de 2018, uma população estimada de 2.974.703 pessoas, o PIB per capita do município correspondeu a R\$ 79.099,77 no ano de 2016, e o IDHM em 2010 era de 0,824. O salário médio mensal em Brasília no ano de 2017 era de 5,4 salários mínimos, tendo

como proporção de pessoas com trabalho em relação à população local, o número de 44,7% (IBGE, 2019).

O Plano de Turismo Criativo de Brasília (2016-2019) tem como missão, promover Brasília como destino turístico reconhecido pela excelência na qualidade de vida e pelos diferenciais associados à sua arquitetura moderna, diversidade cultural, criatividade, mobilidade e acessibilidade. Entre os objetivos específicos contidos no Plano, está a busca do interesse dos gestores e setores da cadeia produtiva do turismo para a importância do turismo criativo como forma de diversificação da oferta dos produtos e serviços da capital federal.

O Plano de Turismo Criativo de Brasília 2016-2019 faz referência à participação da população na elaboração do mesmo e ressalta que a colaboração, o diálogo e o senso de pertencimento foram práticas estruturantes que deram solidez ao documento. Ele especifica como uma de suas ações, a formulação de planejamento estratégico de desenvolvimento do turismo, de forma participativa e integrada.

O documento tem a temática da infraestrutura turística como um dos seus eixos de atuação. Entre as ações previstas, está a gestão de um sistema de mobilidade urbana e instalação de sinalização turística. Em suas premissas está a ampliação da mobilidade, tornando o transporte coletivo e o não motorizado mais atrativo.

Para gerar oportunidades de trabalho e renda, e valorizar as identidades locais, o Plano tem como atuação o fomento e fortalecimento do turismo cultural e de experiência. Não foram encontrados no documento analisado trechos referentes à capacitação turística e informações relativas à preservação de áreas naturais.

Em relação à preservação do patrimônio cultural, o Plano de Turismo de Brasília coloca como ações, a reestruturação da Feira de Artesanato da Torre de TV, a fim de evidenciar a divulgação e preservação dos valores da diversidade e do patrimônio cultural de Brasília e do Brasil. Segundo o Plano de Turismo de Brasília, esses valores estão expressos no artesanato, na gastronomia e nas manifestações culturais. A outra ação referente à preservação do patrimônio cultural diz respeito à utilização de valores constitutivos das expressões culturais como fonte de dados e elementos iconográficos a serem incorporados na produção associada.

O documento apresenta ações que visam: elaboração de roteiros autoguiados qualificados, para facilitar o acesso de pessoas com necessidades

especiais; promoção de roteiros turísticos autoguiados nas modalidades *walking* e *bike tour*; parceria com meios de hospedagem convencional e alternativo para oferta de roteiros e produtos na área rural; e desenvolvimento de roteiros entre propriedades, que possibilitem circuitos integrados realizados por meio de bicicletas, motos e a cavalo.

O Plano de Turismo Criativo de Brasília 2016-2019 possui o eixo de atuação: “promoção, *marketing* e comunicação”. Assim, aborda diversas ações dessa temática, como a formulação de um plano de comunicação e *marketing* que contemple a criação e gerenciamento da marca Brasília, com promoção de campanhas nacionais e internacionais e envolvimento do cidadão. Em seu eixo de atuação sobre produtos e serviços turísticos, também consta o investimento em divulgação do turismo rural por meio de mídias sociais.

Em relação à variável Oferta e Gestão de Atrativos, há eixos específicos no documento que tratam dessa temática. Entre as propostas apresentadas, há a criação de grupo de trabalho para discussão e fomento do setor de turismo e economia criativa da cidade, tendo em vista a importância do tema como forma de diversificação da oferta dos produtos e serviços de Brasília.

A avaliação dos resultados das estratégias elaboradas será feita com determinados indicadores, como a geração de divisas e postos de trabalho. O Plano de Turismo de Brasília aborda ainda a necessidade de estabelecer fontes de recursos financeiros para execução de projetos, mas as palavras-chave utilizadas na pesquisa não apontaram resultados que evidenciam uma ação específica acerca da variável “recursos públicos em turismo”.

Das dez variáveis pesquisadas, constata-se a presença de oito no Plano de Turismo Criativo de Brasília 2016-2019. Assim, o referido plano possui 80% dos aspectos considerados fundamentais para o planejamento turístico.

4.4 MANAUS – AM

O município de Manaus, localizado na região norte do Brasil, e capital do estado do Amazonas, tem como data oficial de nascimento, 24 de outubro de 1669, ocasião da fundação do Forte de São José do Rio Negro (GOMES, 2018). Dados do IBGE (2019) apontam que o município possuía no ano de 2018, uma população estimada de 2.145.444 pessoas. O salário médio mensal em Manaus no ano de

2017 era de três salários mínimos, tendo como proporção de pessoas com trabalho em relação à população local, o número de 23,7% (IBGE, 2019). Segundo o IBGE (2019), o PIB per capita da cidade correspondeu a R\$ 33.564,11 no ano de 2016, e o IDHM em 2010 era de 0,737.

O Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável – PDITS Manaus, criado em 2011, é o documento mais recente disponibilizado na internet pelo município, e contém objetivos de curto prazo (2010 a 2012), médio prazo (2012 a 2014) e longo prazo (2014 a 2020).

O documento possui cinco objetivos gerais: consolidar Manaus como destino de ecoturismo de âmbito internacional; fortalecer o destino para a prática do Ecoturismo, turismo de negócios e eventos, e aproveitar as oportunidades propiciadas pela Copa do Mundo de 2014; melhorar a qualidade de vida da população residente; aumentar as receitas provenientes da atividade turística; e capacitar o município para a gestão do turismo.

O Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável – PDITS Manaus aborda a importância da participação dos atores locais no planejamento e gestão do Turismo, mas informa que o município se encontra “desprovido momentaneamente” de um fórum específico para a participação comunitária, o que fragiliza os mecanismos de participação da sociedade local na gestão do turismo.

A melhoria da infraestrutura de apoio ao turismo é um dos objetivos contidos no PDITS Manaus. Em seu componente Infraestrutura e Serviços Básicos, o documento lista ações que objetivam ampliar as condições de acessibilidade a Manaus e melhorar as condições de mobilidade urbana.

Há ações específicas na temática de transporte, como: implantar Terminal intermodal de passageiros (transporte terrestre e fluvial) e portos de apoio ao turista; construir porto ou píer de uso turístico para acesso às praias do Rio Negro/Tarumã; e elaboração de Plano de Fortalecimento da base empresarial do transporte fluvial. O documento aponta que existe projeto de implantação de sinalização turística.

O Plano coloca a geração de emprego e renda como consequência geral esperada, tendo em vista a atuação do município com o Turismo, porém não há divulgação acerca de programas e ações específicas que tratem da inserção dos residentes locais na atividade. O documento possui ainda a previsão para diversas ações referentes à capacitação turística, com destaque para a implementação de

cursos para capacitação de profissionais nas áreas de planejamento, gestão e monitoramento do turismo.

Há menções direcionadas para a preservação de áreas naturais, como o fomento à formação de uma consciência social voltada para a necessidade de preservação ambiental; a elaboração e implementação de Plano de Conservação e Recuperação de áreas naturais de atração turística; e a elaboração de Plano de Manejo da Área de Proteção Ambiental - APA do Tarumã, com destaque para a necessidade de ações de controle da visitação baseado nos estudos de capacidade de carga de cada Unidade de Conservação.

O Plano de Turismo de Manaus aborda a preservação do patrimônio cultural, ressaltando seu valor histórico e cultural, suas diversas manifestações da tradição amazônica, sua culinária e etnias indígenas. Há como ação prevista a elaboração de um programa de sensibilização para mostrar à população a importância das culturas tradicionais ribeirinhas e indígenas. O plano também prevê a elaboração de Programa de Certificação em Turismo Sustentável – Selo Verde, que tem como um dos critérios, a consideração dos patrimônios culturais e dos valores locais; e a avaliação dos efeitos da implementação do plano sobre a qualidade de vida e as características culturais da população de Manaus.

O PDITS Manaus não faz menção à criação ou consolidação de roteiros, apenas informa a existência de sua Linha de Turismo, que percorre 40 pontos turísticos do município. O documento tem entre suas diretrizes desenvolver e implantar sistema de informação e instrumentos promocionais para o *marketing* do turismo municipal e para atendimento ao turista.

O plano busca o desenvolvimento de estratégia de *marketing* turístico para um novo posicionamento mercadológico. As ações relativas a essa temática, são: desenvolvimento de marca de Imagem e posicionamento mercadológico detalhado; desenvolvimento de estratégia de comercialização; desenvolvimento de estratégia de promoção nos mercados-meta; previsão de desenvolvimento de novo material promocional; e previsão de planejamento, implantação e gestão de *website* Portal de Turismo.

Em relação à oferta e gestão de atrativos, o documento tem como um dos seus objetivos gerais, capacitar o município para a gestão do turismo. O órgão gestor é a Fundação Municipal de Eventos e Turismo – MANAUSTUR, criada pela Lei nº 1.435, de 26 de março de 2010, tem entre suas competências, a promoção,

coordenação, planejamento, desenvolvimento e execução das políticas públicas voltadas a projetos e programas relacionados à valorização e ao fomento do turismo em Manaus.

O Plano apresenta entre suas estratégias, a diversificação da oferta de produtos e serviços turísticos do Núcleo Turístico Principal (área urbana) do município, a partir do potencial do segmento Ecoturismo, e a implantação do Plano de Avaliação Socioambiental, para verificar as ações do PDITS implantadas conforme as normas ambientais vigentes.

Em relação aos recursos públicos no turismo, o PDITS Manaus pretende estimular a articulação entre organismos municipais, nacionais e internacionais, públicos e privados, objetivando a captação de recursos. Entre as fontes previstas, estão o Fundo Constitucional de Financiamento do Norte, responsável por financiamentos para modernização, ampliação e implantação de empreendimentos turísticos na Região Norte, e a proposta de ativação do Fundo Municipal de Turismo. No que tange as ações descritas no Plano, os recursos foram disponibilizados pelo Programa de Desenvolvimento do Turismo (PRODETUR) Nacional.

Constata-se a presença de nove variáveis no Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável de Manaus. Assim, o referido plano possui 90% dos aspectos considerados fundamentais para o planejamento turístico.

4.5 FORTALEZA – CE

O município de Fortaleza, localizado na região nordeste do Brasil, e capital do estado de Ceará, foi fundado em 13 de abril de 1726, ao redor do rio Pajeú (FORTALEZA, 2016). Dados do IBGE (2019) apontam que a cidade possuía no ano de 2018, uma população estimada de 2.643.247 pessoas, e o salário médio mensal em Fortaleza no ano de 2017 foi de 2,7 salários mínimos, tendo como proporção de pessoas com trabalho em relação à população local, o número de 32,0%. Segundo o IBGE (2019), o PIB per capita da cidade foi de R\$ 23.045,09 no ano de 2016, e o IDHM em 2010 foi de 0,754.

O Plano Estratégico do Turismo de Fortaleza, criado em 2016, relaciona-se com as ações a serem realizadas no âmbito das políticas de ordenamento do território previstas no Plano Fortaleza 2040. O Plano Estratégico de Turismo tem entre suas premissas: priorização do uso sustentável do espaço turístico;

preservação, conservação e valorização do patrimônio cultural e natural; educação para o turismo; e promoção do destino.

O documento cita a Lei Geral do Turismo (Lei Nº 11.771/08) e outras leis que ressaltam a importância da participação da comunidade para a elaboração do Plano de Turismo. Segundo o referido documento, sua elaboração ocorreu de forma participativa, envolvendo as entidades ligadas ao turismo.

O Plano de Turismo tem na infraestrutura, uma de suas linhas de ação, com projetos para conclusão da ampliação do aeroporto, dragagem do canal do porto do Mucuripe e urbanização e requalificação da orla marítima de Fortaleza. Há ainda projetos para implantação de facilidades ao transporte turístico, como autorização de circulação, embarque e desembarque no Centro Histórico e Avenida Beira-Mar.

O referido Plano de Turismo possui um quadro denominado “Marco Regulatório”, onde estão inseridas propostas para criação de Leis. Entre as propostas está a de criação de uma Lei específica para adaptação do transporte turístico para pessoas com deficiência, visando o Turismo de Inclusão.

O Plano de Turismo de Fortaleza apresenta como uma de suas diretrizes a implementação de políticas de turismo socialmente inclusivas, vinculadas à geração de emprego e renda. Todavia, ele não coloca programas, projetos ou ações específicas para a geração de emprego e renda aos residentes locais a partir do turismo.

O documento possui diversos projetos em relação à capacitação turística, como curso de idiomas e cursos técnicos sobre equipamentos, atrativos e serviços turísticos. Como uma de suas premissas, o Plano destaca que os programas de qualificação profissional na área do turismo deverão ser desenvolvidos com prioridade à população local.

O Plano de Turismo de Fortaleza é um eixo que faz parte de um documento maior denominado Plano Fortaleza 2040. A menção à preservação de áreas naturais ocorre no plano de turismo por meio de referência ao documento específico que aborda o meio ambiente e que também é parte do referido Plano Fortaleza 2040.

O Plano de Turismo tem entre seus objetivos estratégicos, a valorização do patrimônio cultural na atividade turística. Entre os projetos acerca dessa temática, há a qualificação do patrimônio cultural tombado e não tombado, por meio da reforma de prédios históricos e melhoria da infraestrutura do entorno. O plano aborda a receptividade dos cearenses e seu humor como pontos favoráveis na valorização de

sua cultura, mas não aborda programas e projetos para a valorização do patrimônio cultural. Por outro lado, apresenta um projeto de promoção de roteiros turísticos para cada segmento por meio impresso e eletrônico, priorizando os roteiros Caminhos de Iracema, Barra do Ceará e Centro Histórico. O documento tem o *marketing* como uma de suas linhas de ação expondo diversos projetos referentes a essa temática, como participação em feiras de turismo em geral e dos segmentos prioritários nos mercados nacional e internacional.

Em relação à variável de Oferta e Gestão de Atrativos, o documento aponta o interesse na intensificação da gestão compartilhada do turismo integrando as secretarias municipais e estaduais, o Conselho Municipal de Turismo e o Fórum de Turismo do Ceará. O documento coloca como diagnóstico, a necessidade de ampliação da oferta de atrativos e aponta ações relacionadas ao marketing para que haja diversificação da oferta.

A avaliação dos resultados é informada no Plano como de responsabilidade do órgão gestor do turismo com acompanhamento das instâncias de governança e por meio de mecanismos como o sistema de informações turísticas e o observatório do turismo.

O Plano possui um projeto para institucionalização do Fundo Municipal do Turismo, com indefinição da forma de repasse. A proposta de criação de Lei para regulamentação de um fundo municipal visa a captação e realização de eventos em Fortaleza.

Constata-se a presença das dez variáveis no Plano Estratégico do Turismo de Fortaleza – 2016. Assim, o referido plano possui 100% dos aspectos considerados fundamentais para o planejamento turístico.

4.6 ANÁLISE GERAL

Após a análise individual dos planos de turismo, foi realizada uma análise geral dos resultados, com o intuito de comparar determinados aspectos presentes ou ausentes nos Planos. Essa análise geral permitiu a obtenção de informações que influenciaram na definição do projeto de planejamento e gestão em turismo.

Curitiba e Fortaleza são os municípios que possuem em seus respectivos planos de turismo, dez aspectos considerados fundamentais para o planejamento turístico, o que representa a presença de 100% dos aspectos pesquisados. Em

seguida tem-se o Plano de Turismo de São Paulo e o Plano de Turismo de Manaus, com nove aspectos considerados fundamentais ao planejamento turístico. Por último, há o Plano de Turismo de Brasília, com oito aspectos considerados fundamentais para o planejamento turístico, o que representa a presença de 80% dos aspectos pesquisados.

O Quadro 07 aponta quais as variáveis estão presentes ou ausentes nos planos analisados e possibilita analisar qualitativamente o resultado obtido em cada plano, tanto de forma individual, quanto comparativa aos demais planos.

QUADRO 7 - RELAÇÃO DE VARIÁVEIS PESQUISADAS E ENCONTRADAS

Variáveis Pesquisadas		Encontradas no Plano de Turismo de:				
		CURITIBA	FORTALEZA	MANAUS	SÃO PAULO	BRASÍLIA
PARTICIPAÇÃO						
INFRAESTRUTURA						
GERAÇÃO DE EMPREGO E RENDA						
CAPACITAÇÃO TURÍSTICA						
PRESERVAÇÃO DE ÁREAS NATURAIS						
PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO CULTURAL:						
ROTEIRIZAÇÃO						
MARKETING						
OFERTA E GESTÃO DE ATRATIVOS						
RECURSOS PÚBLICOS EM TURISMO						
Total encontradas		10	10	09	09	08

FONTE: O autor (2019).

Conforme verificado no Quadro 07, o Plano de Turismo de Manaus é o único que não aborda a roteirização. Já o Plano de Turismo de São Paulo é o único que não aborda os recursos públicos em turismo. O Plano de Turismo de Brasília não

contempla duas variáveis: capacitação turística; e preservação de áreas naturais. O referido Plano é o que possui o menor número de variáveis.

A capacitação turística é um aspecto inserido pelos gestores públicos de turismo na formulação de programas, projetos e ações das cidades de Curitiba (PR), São Paulo (SP), Manaus (AM) e Fortaleza (CE), o que demonstra a importância dessa temática para a qualidade dos serviços prestados pelo setor.

A variável “preservação de áreas naturais”, presente em quatro, dos cinco planos de turismo analisados, é relevante para o setor de turismo que busca atuar de maneira sustentável. O plano de turismo de Brasília precisa atuar com mais responsabilidade acerca desse tema.

Há seis aspectos presentes em todos os planos de turismo analisados: participação; infraestrutura; geração de emprego e renda; preservação do patrimônio cultural; marketing; e oferta e gestão de atrativos.

A participação da comunidade na formulação dos planos, programas e projetos, mencionada em todos os planos de turismo, confirma que a atividade turística deve ser desenvolvida pelo poder público com o reconhecimento de que os atores locais é parte importante no processo decisório, conforme colocado por Carvalho (2014). Essa participação, de forma efetiva, é uma das condições para o sucesso do planejamento do turismo, como abordado por Fávero (2006).

A presença do aspecto de infraestrutura em todos os planos de turismo consolida o entendimento de Pereira et al. (2016). Esses autores afirmam que a falta de infraestrutura, tanto básica quanto turística, limita o crescimento da atividade turística. A geração de emprego e renda, aspecto também observado em todos os planos de turismo analisados, é colocada por Oliveira (2008) como um dos benefícios econômicos obtidos a partir do planejamento turístico.

O aspecto da capacitação turística, presente em quatro, dos cinco planos de turismo analisados, demonstra a necessidade da atividade turística ser exercida de forma profissional, como explanado por Oliveira (2008). O autor argumenta que é preciso capacitar agentes, comerciantes, hoteleiros e todos que estão em contato com o turista.

A importância da preservação de áreas naturais é observada em quatro planos de turismo analisados. Acerca desse aspecto, Albuquerque (2009) aponta como possibilidade de ação, a aplicação do plano de manejo, e Granemann (2006) aborda a necessidade de uma análise de capacidade de carga turística.

Em relação à preservação do patrimônio cultural, tema presente nos cinco planos de turismo, Silveira e Santos (2006) colocam que preservar esse patrimônio, implica conhecer de forma detalhada as culturas com as quais se trabalha. A relação do patrimônio cultural com a atividade turística pode ocorrer, segundo Albuquerque (2009), na movimentação do comércio de artesanato, apreciação gastronômica e valorização de grupos folclóricos locais.

Conforme verificado nos resultados, o aspecto da roteirização somente não foi abordado no plano de turismo de Manaus. Esse aspecto é abordado por Bahl (2006) como uma das atividades inerentes ao planejamento turístico e que pode ser um produto altamente consumível, se elaborado de maneira correta.

As estratégias de marketing, presentes nos planos de turismo analisados, confirmam o que foi colocado por Albuquerque (2009), acerca da necessidade da divulgação do destino e criação de uma marca com atributos capazes de motivar a escolha do turista por esse destino.

A oferta e gestão de atrativos é um tema presente em todos os planos de turismo analisados, o que comprova a observação de Lanzarini e Barretto (2014) acerca da importância do papel do Poder Público na gestão do turismo, por regular e orientar as iniciativas a serem implementadas. Gomes (2018) coloca que a atuação do setor público na oferta e gestão de atrativos se manifesta de forma direta.

Por fim, os recursos públicos em turismo, aspecto presente em quatro, dos cinco planos analisados, é colocado por Hanai (2009) como um dos elementos fundamentais para a sustentabilidade do setor. Dessa forma, sua presença em um plano de turismo se mostra necessária para nortear as ações com atenção à viabilidade econômica.

Após a análise dos resultados da pesquisa, o projeto de planejamento e gestão em turismo foi definido como uma capacitação para os formuladores de políticas públicas de turismo abordando todas as variáveis pesquisadas nos planos de turismo. O detalhamento do projeto de planejamento e gestão em turismo no qual serão inseridas as respectivas temáticas é abordado na próxima seção.

5 PROJETO DE TURISMO: CAPACITAÇÃO PARA FORMULADORES DE POLÍTICAS PÚBLICAS

Esta seção descreve o Projeto de Planejamento e Gestão em Turismo definido após a análise dos resultados da pesquisa. O projeto denominado “Plano de Turismo: o que não pode faltar” caracteriza-se em um curso de capacitação para formuladores de políticas públicas de turismo.

O curso traz ainda manual para elaborar um plano de turismo tendo como fundamento os aspectos: participação; infraestrutura; geração de emprego e renda; capacitação turística; preservação de áreas naturais; preservação do patrimônio cultural; roteirização; marketing; oferta e gestão de atrativos; e recursos públicos em turismo. A importância dessas temáticas se manifesta no marco teórico a respeito do tema e foi confirmada pelos resultados da pesquisa, nos quais se identificou a presença de todos os aspectos nos planos de turismo analisados. Esses planos também serão utilizados como exemplo de boas práticas para os formuladores de políticas públicas de turismo.

5.1 DESCRIÇÃO DO PROJETO

O “Plano de Turismo: o que não pode faltar” é um curso de capacitação que tem como objetivo geral apresentar temas que devem estar presentes no planejamento turístico dos municípios.

A capacitação possui dois objetivos específicos: informar para formuladores de políticas públicas de turismo, os aspectos considerados fundamentais para o planejamento turístico; e auxiliar o público-alvo com a disponibilização de material de apoio que sirva como base para atuação do seu trabalho em prol do turismo após o curso.

O primeiro objetivo específico será alcançado por meio da realização da capacitação com abordagem aos temas: participação da comunidade na formulação de planos, programas e projetos em prol do turismo; melhoria de infraestrutura (acessibilidade, transporte e sinalização turística); inserção de residentes locais no setor de turismo; capacitação turística; preservação de áreas naturais; preservação do patrimônio cultural; roteirização; marketing; diversificação da oferta; e recursos públicos em turismo. O segundo objetivo específico será alcançado por meio da

disponibilização de uma cartilha aos participantes, o que permitirá a consulta permanente do conteúdo do curso.

Conforme abordado no objetivo geral do curso, o público-alvo ao qual a capacitação está direcionada é o formulador de políticas públicas de turismo, ou seja, o profissional que atua no poder público do município e que possua funções relativas ao planejamento turístico local. Assim, o curso pode ser ministrado para secretários de turismo, seus assessores e colaboradores, mas também para os membros do conselho municipal de turismo.

Em ocasiões nas quais o público-alvo da capacitação represente uma quantidade pequena de profissionais em uma localidade, há a possibilidade de parceria entre municípios da mesma região para contratação do serviço, possibilitando a realização do curso para uma quantidade maior de pessoas e com público de municípios diferentes.

O direcionamento do curso a esse público é justificado considerando que cabe ao poder público, a formulação e a implementação das políticas públicas de turismo no município. Por isso é necessário provê-lo com informações relevantes para que todos os aspectos que envolvem a atividade turística sejam contemplados.

O curso será realizado em local definido pelo poder público contratante, de acordo com suas necessidades e disponibilização de espaço, e em consonância com os aspectos estruturais informados pelo Turismólogo que realizará o curso. Considera-se como aspectos estruturais, a disponibilização de equipamento multimídia, mesas, cadeiras, bloco de notas, canetas e demais materiais considerados necessários conforme indicação da contratante, sobre a quantidade de participantes do curso.

Será sugerida à contratante, a realização do curso em sala de reunião de determinada secretaria, sala de eventos de hotel parceiro, ou da Associação Comercial do município, tendo em vista que esses locais já estão estruturados para esse tipo de evento.

O conteúdo do curso será explanado por um Turismólogo que apresentará os temas e incentivará a participação do público para compartilhamento de informações, experiências, dúvidas e ideias, de forma a fortalecer o debate acerca dos temas necessários ao planejamento turístico.

O curso terá carga horária total de 16 horas, e será realizado em dois dias, sendo 8 horas por dia, distribuídas preferencialmente das 08:00 às 12:00 e das 14:00 às 18:00.

Ficará a critério da parte contratante, a disponibilização de café da manhã antes do início do curso. Caberá ainda à parte contratante, a disponibilização do espaço para realização do evento, equipamento multimídia, blocos de notas, canetas, lista de presença e emissão de certificados de participação.

Considerando que os custos envolvidos nos respectivos procedimentos serão de responsabilidade da contratante, de acordo com sua política orçamentaria, lista de parceiros, fornecedores, materiais já pertencentes ao órgão, e quantidade de participantes, não é possível identificar o custo total envolvido na realização do curso.

Assim, considera-se como investimento mínimo da contratante, a quantia a ser paga diretamente ao Turismólogo e para a confecção da cartilha. Os cálculos realizados para a definição da quantia a ser paga ao profissional serão apresentados na seção de Orçamentos.

5.2 EXECUÇÃO DO PROJETO

Essa seção descreve como será desenvolvido o curso, com abordagem às suas etapas, recursos necessários, orçamento e avaliação do retorno do investimento.

O curso terá a duração de dois dias e seu conteúdo abrangerá dez temas. Dessa forma, serão explanados cinco temas por dia, divididos no período da manhã (08:00 às 12:00) e da tarde (14:00 às 18:00).

No primeiro dia do curso, período da manhã, os temas apresentados ao público serão: participação da comunidade na formulação de planos, programas e projetos em prol do turismo; e infraestrutura local. Iniciar o curso com o tema da participação tem o intuito de evidenciar a importância que o formulador de políticas públicas de turismo deve dar à população local e aos anseios dessa população acerca da atividade turística no município. A temática da infraestrutura local será abordada com destaque para acessibilidade, transporte e sinalização turística, aspectos importantes por auxiliarem na mobilidade urbana.

No período da tarde do primeiro dia do curso, os temas apresentados serão: geração de emprego e renda; capacitação turística; e preservação de áreas naturais. Será discutida a importância da inserção de residentes locais no setor de turismo. O público será convidado a participar com informações acerca do diagnóstico do município sobre o número de empregos gerados pela atividade turística.

Inserir o residente local nos ganhos econômicos do turismo é fundamental para que ele sinta-se parte do desenvolvimento da atividade. Assim, a capacitação turística será abordada como meio para essa inserção.

Em relação ao tema Preservação de Áreas Naturais, serão discutidas as possibilidades para criação de um programa de monitoramento de capacidade de carga, conforme a necessidade encontrada em determinado atrativo, e a criação de programas de conscientização em bosques e outras áreas verdes acerca da importância de preservação do meio ambiente.

No segundo dia do curso, no período da manhã, serão explanados três temas: preservação do patrimônio cultural; roteirização; e marketing. Serão abordadas as questões relativas à cultura local, como dança, artesanato, gastronomia e outros aspectos que identifiquem o modo como a comunidade se expressa e que pode ser valorizado pelo Turismo.

A roteirização será explanada como alternativa ao município que deseja atuar com a atividade turística, sendo possível a criação de um roteiro local ou regional, de forma segmentada. O marketing é um tema essencial para os formuladores de políticas públicas de turismo, tendo em vista que é por meio dessa ferramenta que o destino será divulgado de forma oficial. Assim, a divulgação do destino precisa ser elaborada em consideração ao segmento turístico local a ser desenvolvido e ao seu respectivo público-alvo.

No período da tarde, do segundo e último dia do curso, serão apresentados os temas: oferta e gestão de atrativos; e recursos públicos em turismo. Serão discutidas a importância da diversificação da oferta, como forma de potencializar o turismo local e diminuir a sazonalidade, e a importância da temática de recursos públicos em turismo, considerando que o desenvolvimento do turismo depende de investimentos.

O Quadro 08 resume o cronograma das atividades que serão realizadas no decorrer do curso.

QUADRO 8 - CRONOGRAMA PARA A REALIZAÇÃO DO CURSO

CRONOGRAMA PARA A REALIZAÇÃO DO CURSO	
HORÁRIO	PRIMEIRO DIA
07h00	Chegada do Turismólogo ao local do curso, organização dos recursos materiais (equipamento multimídia, cartilha, bloco de notas, canetas e lista de presença).
07h30 às 07h45	Chegada dos participantes, assinatura da lista de presença e recebimento de bloco de notas e caneta.
08h00 às 08h30	Início do curso com dinâmica “quebra-gelo”.
08h30 às 09h00	Apresentação dos objetivos e cronograma da capacitação, e entrega da cartilha.
09h00 às 10h00	Apresentação do contexto do turismo e do plano de turismo.
10h00 às 12h00	Explanação e debate sobre os temas: participação; e infraestrutura local.
12h00	Intervalo para almoço.
13h30 às 13h45	Retorno do Turismólogo e dos participantes ao local do curso, assinatura da lista de presença.
14h00 às 15h10	Explanação e debate sobre: geração de emprego e renda.
15h10 às 16h20	Explanação e debate sobre: capacitação turística.
16h20 às 17h30	Explanação e debate sobre: preservação de áreas naturais.
17h30 às 18h00	Comentários sobre o primeiro dia da capacitação e encerramento das atividades.
18h00 às 19h00	Permanência do Turismólogo no local para atendimento individual.
SEGUNDO DIA	
07h00	Chegada do Turismólogo ao local do curso, organização dos recursos materiais (equipamento multimídia, cartilha, bloco de notas, canetas e lista de presença).
07h30 às 07h45	Chegada dos participantes e assinatura da lista de presença.
08h00 às 09h20	Início das atividades com explanação e debate sobre: preservação do patrimônio cultural.
9h20 às 10h40	Explanação e debate sobre: roteirização.
10h40 às 12h00	Explanação e debate sobre: marketing.
12h00	Intervalo para almoço.
13h30 às 13h45	Retorno do Turismólogo e dos participantes ao local do curso, assinatura da lista de presença.
14h00 às 15h20	Explanação e debate sobre: oferta e gestão de atrativos.
15h20 às 16h40	Explanação e debate sobre: recursos públicos em turismo.
16h40 às 17h00	Comentários sobre o segundo dia da capacitação.
17h00 às 17h40	Revisão do conteúdo do curso.
17h40 às 18h00	Comentário geral sobre o curso e encerramento das atividades.
18h00 às 19h00	Permanência do Turismólogo no local para atendimento individual.

FONTE: O autor (2019).

O cronograma exposto no Quadro 08 detalha como as atividades estão organizadas nos dias de curso. Em relação ao cronograma geral das atividades, o Turismólogo estará no local de realização do curso com antecedência de uma hora ao início da capacitação, para organização do espaço e dos recursos materiais a serem utilizados. Os trinta minutos iniciais do curso serão utilizados para uma dinâmica de interação entre os presentes e apresentação do objetivo da capacitação. Em seguida serão apresentados os temas, conforme descrito.

No início do curso será entregue uma cartilha aos participantes para que todos tenham acesso permanente ao conteúdo da capacitação, com destaque aos dez temas trabalhados e discutidos no curso. O modelo da cartilha pode ser visualizado no Apêndice 01 do presente trabalho e seu conteúdo está organizado da seguinte forma:

1. Apresentação
2. Etapas fundamentais para a elaboração do plano
3. Aspectos Necessários em um Plano de Turismo
 - 3.1 Participação
 - 3.2 Infraestrutura
 - 3.3 Geração de Emprego e Renda
 - 3.4 Capacitação Turística
 - 3.5 Preservação de Áreas Naturais
 - 3.6 Preservação do Patrimônio Cultural
 - 3.7 Roteirização
 - 3.8 Marketing
 - 3.9 Oferta e Gestão de Atrativos
 - 3.10 Recursos Públicos em Turismo
4. Considerações
5. Referências

O tópico sobre as etapas fundamentais para a elaboração do Plano visa apresentar aos formuladores de políticas públicas de turismo, os passos básicos necessários para a elaboração do documento que vai nortear a atividade turística no município. Em seguida serão apresentados os dez aspectos que um plano de

turismo deve conter, sendo estes o conteúdo central do curso de capacitação. A cartilha é encerrada com as considerações acerca do curso e a apresentação das referências utilizadas para a elaboração do material.

A próxima seção apresenta os recursos humanos envolvidos direta e indiretamente no projeto de capacitação.

5.3 RECURSOS HUMANOS ENVOLVIDOS NO PROJETO

Para a realização do projeto é necessária a presença de um Turismólogo. Esse profissional será responsável tanto pela elaboração do conteúdo do curso, quanto por sua explanação junto ao público-alvo.

A montagem da sala onde ocorrerá o curso, e o oferecimento de *coffee break* aos participantes ficará a cargo do órgão contratante, sendo de sua responsabilidade a disponibilização de profissionais para essas funções.

Dessa forma, considera-se o Turismólogo como recurso humano envolvido diretamente no projeto, por ser o idealizador. As atribuições desse profissional e dos envolvidos indiretamente no curso serão detalhadas no Quadro 09.

QUADRO 9 - RECURSOS HUMANOS NECESSÁRIOS

PROFISSIONAIS E ATRIBUIÇÕES
Envolvido Diretamente no Projeto
<p>Turismólogo:</p> <p>Elaborar e ministrar conteúdo programático do curso; elaborar e disponibilizar cartilha aos participantes no início do curso; dar <i>feedback</i> ao contratante; sanar dúvidas dos participantes.</p>
Envolvidos indiretamente na realização do curso (em caso de necessidade)
<p>Recepcionista:</p> <p>Controle da entrada dos participantes à sala do curso, entrega de crachá de identificação.</p>
<p>Técnico:</p> <p>Verificar equipamento multimídia e prestar apoio em caso de falha de equipamento utilizado no decorrer do curso.</p>
<p>Copeiro:</p> <p>Organizar mesa de alimentos e bebidas.</p>

FONTE: O autor (2019).

O referido quadro aponta as atribuições e a responsabilidade do Turismólogo, profissional que realizará a capacitação. Os recursos humanos envolvidos indiretamente são os profissionais que poderão auxiliar no desenvolvimento das atividades complementares ao curso, como organização da recepção, manutenção de equipamento multimídia e organização do *coffee break*. Os profissionais envolvidos indiretamente atuarão apenas se o órgão contratante considerar necessário, sendo de sua responsabilidade o pagamento dos serviços prestados por esses profissionais. A próxima seção apresenta aspectos relativos ao orçamento envolvido no Projeto.

5.4 ORÇAMENTO ENVOLVIDO NO PROJETO

Os custos envolvidos para elaboração e a realização do curso de capacitação serão descritos nessa seção em dois direcionamentos: o primeiro diz respeito especificamente à fórmula utilizada para a formatação do valor a ser pago pelo contratante ao profissional responsável pelo curso; o segundo direcionamento diz respeito ao custo da elaboração da cartilha a ser entregue aos participantes da capacitação, que é acrescido na definição do valor a ser cobrado para a realização do curso.

5.4.1 Fórmula para definição do preço da Capacitação

A quantia cobrada para realização do curso baseia-se na Instrução Normativa INS 14 do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae (2017), que estabelece critérios para fixação de valores a serem praticados na contratação de serviços de Instrutoria e Consultoria. Dessa forma, o valor a ser cobrado para a realização do curso de capacitação considera a seguinte fórmula:

- $VTS = HT + DHAD + DDI$

(Valor total do serviço (VTS) = Hora Técnica (HT) + Despesa com hospedagem, alimentação e deslocamento local (DHAD) + Despesa com deslocamento intermunicipal (DDI)).

Em que:

- $HT = CH \times VH$
(Hora Técnica (HT) = Carga horária (CH) x Valor da Hora (VH)).
- $DHAD = VD \times DEA$
(Despesa com hospedagem, alimentação e deslocamento local (DHAD) = Valor Diário (VD) x Dias de Evento/Atividade (DEA)).
- $DDI = DP \times IQ$
(Despesa com deslocamento intermunicipal (DDI) = Distância percorrida em km (DP) x Índice de quilometragem (IQ)).

De acordo com os critérios estabelecidos pelo Sebrae, a Hora Técnica representa o pagamento de hora de consultoria e/ou instrutoria contratada para a realização de cursos, oficinas e palestras. Os valores acrescidos ao preço do serviço referem-se ao custeio de despesas com hospedagem, alimentação e deslocamento.

Segundo a Instrução Normativa INS 14 do Sebrae, as Despesas com Deslocamento Intermunicipal - DDI são calculadas com base na distância percorrida entre a cidade de origem do profissional e a cidade de realização do curso de capacitação, multiplicada pelo Índice de Quilometragem - IQ. Esse índice é calculado com base no consumo de gasolina de um veículo médio, acrescido das despesas de manutenção, seguro, IPVA, depreciação e fator de correção.

Para simplificação da definição de valor estimado a ser calculado nas Despesas com Deslocamento Intermunicipal (DDI) foi estabelecido como alternativa ao proposto pelo INS 14, um novo cálculo para formatação do preço das DDI que leva em consideração apenas o preço médio da passagem aérea de ida e volta a ser utilizada pelo Turismólogo.

Para apresentação de um orçamento do curso de capacitação, foi realizada uma simulação, considerando Curitiba-PR como cidade de origem do Turismólogo, e a cidade de São Paulo-SP como local de realização da capacitação.

Assim, a partir da fórmula: $VTS = HT + DHAD + DDI$, foram calculados os valores. Primeiramente foi definido que a carga horária do curso é de dezesseis horas para os participantes e vinte horas para o Turismólogo, tendo em vista que esse profissional estará no local do curso com uma hora de antecedência e deixará

o local uma hora após o encerramento das atividades para atendimento individual, nos dois dias de curso. Assim, considera-se para cálculo a quantidade de vinte horas.

A tabela de Hora Técnica da Instrução Normativa INS 14 do Sebrae apresenta o valor de R\$ 120,00 por hora para realização de cursos e consultorias. Para esse projeto, será cobrado R\$ 100,00 por hora, considerando a realização do curso por um profissional que está no início da prestação desse tipo de serviço.

Dessa forma, tem-se como valor total da Hora Técnica do curso, a quantia de R\$ 2.000,00, resultado da multiplicação: Carga Horária (20) x Valor da Hora (R\$100,00).

O cálculo para definição do valor da despesa com hospedagem, alimentação e deslocamento local, correspondeu à fórmula:

- $DHAD = VD \times DEA$

(Despesa com hospedagem, alimentação e deslocamento local (DHAD) = Valor Diário (VD) x Dias de Evento/Atividade (DEA)).

O Valor Diário (VD) refere-se ao custo diário com hospedagem, alimentação e deslocamento local. O custo médio diário estimado com hospedagem em São Paulo representou R\$ 180,00 e considerou preços divulgados no *site* de reservas Booking e no *site* de hospedagem alternativa, Airbnb. O custo diário com alimentação (almoço e jantar) foi estimado em R\$ 70,00 e o custo diário com deslocamento local (trajeto Hotel/Evento/Hotel) estimado em R\$ 30,00.

Dessa forma, o valor diário com hospedagem, alimentação e deslocamento local é de R\$ 280,00. Considerando que o curso será realizado em dois dias, o total da despesa com hospedagem, alimentação e deslocamento local (DHAD), é de R\$ 560,00.

A terceira etapa é a definição da Despesa com deslocamento intermunicipal (DDI), baseada na passagem aérea de menor custo, encontrada em pesquisa realizada no *site* oficial das empresas aéreas, Latam, Gol e Azul, no dia 11 de setembro de 2019, com origem na cidade de Curitiba e destino a cidade de São Paulo, sendo a data de ida: 15 de dezembro de 2019 e retorno em 17 de dezembro de 2019. O menor preço encontrado foi de R\$ 220,00, sendo esse o valor

considerado para a formatação do preço a ser cobrado pela capacitação simulada na cidade de São Paulo.

Com base nos cálculos realizados, tem-se como valor parcial a ser cobrado para a realização da capacitação na cidade de São Paulo, R\$ 2.780,00. Esse preço é o resultado da respectiva fórmula:

- HT + DHAD + DDI
(R\$ 2.000,00 + R\$ 560,00 + R\$ 220,00)

Ao valor de R\$ 2.780,00, é acrescentado R\$ 1.150,00, referentes ao custo para a elaboração da cartilha. Assim, o preço total a ser cobrado para a realização do curso de capacitação, conforme simulado, é de R\$ 3.930,00.

O respectivo valor representa uma explanação da fórmula padrão a ser considerada na formatação do preço da capacitação, porém, o preço pode variar conforme local do curso, data e ocasiões onde o contratante possua parcerias com setores de meios de hospedagem, alimentação e transporte, e ofereça esses serviços ao Turismólogo.

5.4.2 Investimento para a elaboração do curso

O investimento para a elaboração do curso baseia-se no custo de elaboração e impressão da cartilha a ser entregue aos participantes da capacitação. O Quadro 10 apresenta o orçamento dos respectivos serviços.

QUADRO 10 - ORÇAMENTO

ORÇAMENTO:		
ÍTEM	DESCRIÇÃO	PREÇO
Cartilha	Design e Diagramação	R\$ 350,00
Cartilha	Impressão (100 cópias)	R\$ 800,00
TOTAL		R\$ 1.150,00

FONTE: O autor (2019).

Conforme apresentado no Quadro 10, os custos envolvidos no processo de elaboração da cartilha remetem a um investimento inicial de R\$ 1.150,00, sendo R\$

R\$ 350,00 para o *design* e a diagramação da cartilha e R\$ 800,00 para a impressão de cem exemplares.

5.4.3 Avaliação do retorno do investimento

O investimento inicial de R\$ 1.150,00 referente à despesa com a confecção da cartilha será recuperado com a aplicação de 01 curso de capacitação, considerando que esse valor foi inserido na formatação do preço a ser cobrado pela realização do curso.

Tem-se como estimativa, a realização de cinco cursos no primeiro ano de atividade. Essa estimativa foi realizada mediante análise de forças, oportunidades, fraquezas e ameaças, denominada análise FOFA, envolvida no negócio. Essa análise considerou os aspectos descritos no Quadro 11.

QUADRO 11 - ANÁLISE FOFA - CAPACITAÇÃO

ANÁLISE FOFA – CAPACITAÇÃO	
FORÇAS	OPORTUNIDADES
Conteúdo do curso; Profissional capacitado; Flexibilidade para realização do curso (cidade, público e espaço).	Amplo Mercado Potencial; Parceria entre contratantes para redução de custo de realização do curso; Participação em eventos de turismo organizados por órgãos públicos; Inserção do curso em projeto de Consultoria.
FRAQUEZAS	AMEAÇAS
Trabalho individual (sem equipe de apoio); Inexperiência no negócio.	Instabilidade Econômica; Não interesse de contratação; Concorrência no mercado.

FONTE: O autor (2019).

Conforme o referido quadro, as forças, ou pontos fortes, relacionados ao curso baseiam-se em três aspectos: conteúdo do curso, que apresenta temáticas fundamentais para o planejamento público da atividade turística; Turismólogo capacitado, e flexibilidade para realização do curso, tendo em vista que pode ser aplicado em qualquer cidade e ter seu espaço adaptado conforme quantidade de

participantes. O ponto fraco do curso é a falta de uma equipe que trabalhe com o Turismólogo para dar respaldo em ocasiões necessárias, e a inexperiência inicial no negócio de cursos de capacitação, que pode influenciar o potencial contratante.

Os aspectos externos ao negócio estão relacionados às ameaças geradas pela concorrência, crise econômica e desinteresse do público-alvo na contratação do curso. As oportunidades de negócio estão relacionadas a partir do amplo mercado, considerando a quantidade de cidades brasileiras com potencial para receber o curso; parcerias entre órgãos públicos da mesma região para contratação do curso e divisão dos custos envolvidos; participação do Turismólogo em eventos de turismo para contato e possibilidade de negócios com o setor público; e inserção do curso de capacitação em um projeto de Consultoria.

A oportunidade de inserção do curso em um projeto de Consultoria baseia-se na possibilidade de ampliação da atuação do Turismólogo, como consultor junto ao município contratante. Assim, esse profissional participará do processo de planejamento turístico local após a aplicação do curso de capacitação e acompanhará os resultados obtidos na localidade.

5.4.4 Estimativa de faturamento

O Quadro 12 apresenta a projeção de faturamento nos primeiros 12 meses de inserção do curso no mercado, considerando a realização de cinco cursos nesse período.

QUADRO 12 - PROJEÇÃO DE FATURAMENTO

PROJEÇÃO DE FATURAMENTO: PRIMEIRO ANO DE INSERÇÃO DO CURSO NO MERCADO	
Valor base: hora técnica de cada curso	R\$ 2.000,00
Quantidade de cursos realizada no primeiro ano	05
Total faturamento no primeiro ano	R\$ 10.000,00

FONTE: O autor (2019).

De acordo com a referida projeção, o primeiro ano de realização do curso terá um faturamento de R\$ 10.000,00, considerando a aplicação do curso em cinco

ocasiões no ano. Portanto, a projeção demonstra a viabilidade do projeto de planejamento e gestão em turismo, enquanto atividade do terceiro setor. Os valores apresentados nessa seção podem sofrer alterações, tanto em ocasiões onde o valor da hora técnica seja renegociado, quanto em anos onde a quantidade de cursos realizada seja diferente do primeiro ano.

Em relação ao retorno do investimento da parte contratante, a realização do curso aos formuladores de políticas públicas de turismo possibilitará eficiência no processo decisório, tendo em vista que os temas para o planejamento do turismo já terão sido discutidos. Essa eficiência no processo de formulação se traduz em um planejamento viável e sustentável do turismo, e gera benefícios diretos e indiretos a todos os envolvidos.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho foi realizado tendo em vista a importância das políticas públicas de turismo no Brasil, uma vez que a atuação do Poder Público no planejamento turístico impacta direta e indiretamente os empresários do setor de turismo, a comunidade e os turistas. Também foi considerada a necessidade de mais pesquisas acadêmicas acerca das políticas públicas de turismo, pois esses estudos começaram a se difundir somente nos anos 1990 e ainda há poucas análises em profundidade (PIMENTEL; PIMENTEL; VIDAL, 2017).

Assim, essa pesquisa explorou como se dá a formulação de políticas públicas de turismo no país, tendo em vista que essa formulação envolve diversos atores, interesses e conflitos. A indagação feita foi: as capitais brasileiras incluem em sua formulação de políticas públicas de turismo os aspectos considerados fundamentais para o planejamento turístico? Essa questão foi respondida por meio do referencial teórico que abordou conceitos que envolvem políticas públicas, políticas públicas de turismo e planejamento turístico, possibilitando a definição de variáveis para a coleta e análise dos dados, aplicadas aos cinco planos de turismo selecionados como objeto do estudo multicaso.

Os planos de turismo de Curitiba (PR), São Paulo (SP), Brasília (DF), Manaus (AM) e Fortaleza (CE) foram selecionados conforme disponibilização dos referidos documentos na internet e de acordo com o número de ocupações no setor de turismo em relação a outras capitais da mesma região. Os aspectos considerados fundamentais para o planejamento turístico, definidos a partir do referencial teórico, e pesquisados nos planos de turismo foram: participação da comunidade na formulação dos planos, programas e projetos; infraestrutura com destaque para acessibilidade, sinalização turística, mobilidade urbana, e melhoria dos transportes; geração de emprego e renda; capacitação turística; preservação de áreas naturais e do patrimônio cultural; ações para criação ou consolidação de roteiros; marketing; diversificação da oferta e medidas para controle, manutenção e avaliação dos atrativos; e previsão de arrecadação e destinação de recursos financeiros em prol da atividade.

Com o resultado do estudo multicaso que mostrou a presença de 100% dos aspectos considerados fundamentais ao planejamento turístico, no plano de turismo de duas cidades (Curitiba - PR e Fortaleza - CE), 90% dos aspectos, presentes no

plano de turismo de outras duas capitais (Manaus - AM e São Paulo - SP), e a presença de 80% dos aspectos considerados fundamentais para o planejamento turístico no plano de turismo de Brasília (DF), foi definido como projeto o curso denominado “Plano de Turismo – o que não pode faltar”. Este curso de capacitação direcionado aos formuladores de políticas públicas de turismo auxiliará o Poder Público municipal no direcionamento de suas ações durante a formulação de um plano municipal de turismo que deve conter os aspectos considerados fundamentais ao planejamento turístico, conforme exemplo das cinco capitais analisadas.

Dessa forma, a presente pesquisa tem como implicação prática a contribuição dada aos formuladores de políticas públicas de turismo. Com isso, os atores públicos envolvidos com o setor de turismo podem aprimorar suas políticas e seus direcionamentos para o desenvolvimento do turismo, enquanto atividade que promove benefícios econômicos, sociais e ambientais, quando gerido de forma eficiente.

Em âmbito acadêmico, essa pesquisa promove o debate sobre a importância dos conceitos teóricos serem disponibilizados de forma prática à comunidade. Os estudos realizados na academia possuem grande potencial de auxiliar a sociedade em busca de melhores ferramentas de trabalho. É preciso que mais projetos acadêmicos sejam entregues à população, também para que essa população compreenda a Universidade como espaço de valorização da ciência e do conhecimento.

Novas pesquisas podem ser realizadas a partir do presente trabalho, com o aumento de variáveis ou de cidades analisadas, ou mediante aprofundamento no estudo acerca de uma cidade específica. As políticas públicas de turismo é um tema que deve estar sempre em evidência na academia, tendo em vista que essas políticas estão em constante mudança, de acordo com os interesses dos envolvidos.

REFERÊNCIAS

- ALBUQUERQUE, S. F. de. **Princípios orientadores para divulgação de material promocional de destino turístico dentro do marco da comunicação para sustentabilidade**. 203 f. Dissertação (Mestrado em Turismo). Centro de Excelência em Turismo. Universidade de Brasília. Brasília, 2009.
- ALMEIDA, E.; COSTA, C. O planejamento turístico entre os municípios brasileiros de pequena e média dimensão. **Observatório de Inovação do Turismo**, v.2, n. 1, p. 01-20, mar. 2007.
- ANGELO, E. R. B. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. Rio de Janeiro, Fundação CECIERJ, 2012.
- ANJOS, F. A.; ANJOS, S. J. G.; BARROS, R. B.; ZANCHI, C. Processo de Planejamento e Gestão de Territórios Turísticos: princípios norteadores de uma proposta. **Turismo - Visão e Ação**, v.7, n.2, p. 377-386, mai./ago. 2005.
- ANJOS, F. A. dos; PIRES, P. dos S. Capacidade de Suporte Turístico: o caso das atividades de lazer na Ilha de Porto Belo (SC) In: RUSCHMANN, D.; SOLHA, K. T. (Orgs.) **Planejamento Turístico**. Barueri-SP: Manole, 2006, p. 175-198.
- ARAÚJO, C. P. de. Da Embratur à política nacional de turismo. **PÓS**, São Paulo, v.19, n.31, p. 146-163, jun. 2012.
- ARAÚJO, L.; RODRIGUES, M. de L. Modelos de análise das políticas públicas. **Sociologia, Problemas e Práticas**, n.83, p. 11-35, 2017.
DOI:10.7458/SPP2017839969. Disponível em: <<https://repositorio.iscte-iul.pt/handle/10071/14519>>. Acesso em: 28 mar. 2019.
- AVARENGA, T. H. de P.; RODRIGUEZ, C. M. T. **Teoria Institucional e sua aplicabilidade nas pesquisas relacionadas à Gestão de Operações**. Trabalho apresentado no VII Congresso Brasileiro de Engenharia de Produção, Ponta Grossa, 2017.
- ÁVILA, M. A. Política e Planejamento em Cultura e Turismo: reflexões, conceitos e sustentabilidade. In: ÁVILA, M. A. (Org.). **Política e Planejamento em Cultura e Turismo**. Ilhéus, Editus, 2009. p. 15-37.
- BAHL, M. Planejamento turístico por meio da elaboração de roteiros. In: RUSCHMANN, D.; SOLHA, K. T. (Orgs.) **Planejamento Turístico**. Barueri-SP: Manole, 2006, p. 298-316.
- BAPTISTA, G. C. Análise de Políticas Públicas, Subjetividade e Poder: Matrizes e Intersecções Teóricas. **Psicologia USP**, São Paulo, v.23, n.1, p. 45-67, 2012.
- BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Tradução de: RETO, L. A.; PINHEIRO, A. Lisboa: Edições 70, 1977. Título original: L' Analyse de Conremt.

BARSZCZ, A. **Política Pública de prevenção Proerd**: uma abordagem institucionalista. 99 f. Dissertação (Mestrado em Políticas Públicas) - Programa de Pós-Graduação em Políticas Públicas, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2017.

BINFARÉ, P. W.; CASTRO, C. T.; SILVA, M. V.; GALVÃO, P. L.; COSTA, S. P. Planejamento turístico: aspectos teóricos e conceituais e suas relações com o conceito de turismo. **Revista de Turismo Contemporâneo**, Natal, v. 4, Ed. Especial, p. 24-40, abr. 2016.

BRASIL. Governo do Distrito Federal. Secretaria de Estado do Esporte, Turismo e Lazer do DF. **Plano de Turismo Criativo de Brasília 2016 – 2019**, 2016.

BRASIL. Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008. Dispõe sobre a Política Nacional de Turismo, define as atribuições do Governo Federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico; revoga a Lei nº 6.505, de 13 de dezembro de 1977, o Decreto-Lei nº 2.294, de 21 de novembro de 1986, e dispositivos da Lei nº 8.181, de 28 de março de 1991; e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2008/Lei/L11771.htm. Acesso em: 22 mar. 2019.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Plano Nacional de Turismo 2018-2022**: mais emprego e renda para o Brasil. Brasília – DF, 2018.

CALEFFI, R. **Agenda de políticas públicas**: relações entre o telejornalismo e a construção de leis na Assembleia Legislativa do Paraná no ano de 2015. 310 f. Tese (Doutorado em Políticas Públicas). Universidade Federal do Paraná. Setor de Ciências Sociais Aplicadas. Programa de Pós-Graduação em Políticas Públicas. Curitiba, 2018.

CAPELLA, A. C. N. **Formulação de Políticas Públicas**. Brasília: Enap, 2018.

CARLOMAGNO, M. C.; ROCHA, L. C. da. Como criar e classificar categorias para fazer análise de conteúdo: uma questão metodológica. **Revista Eletrônica de Ciência Política**, v. 7, n. 1, p. 173-188, 2016.

CARVALHO, C. L. de. **Políticas Públicas no Turismo Brasileiro**: A Cidade de São Paulo e a Construção de sua Identidade Turística. 253 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009.

CARVALHO, F. C. C. de. **Agenda pública do turismo no Brasil**: mudanças e implicações para o desenvolvimento do turismo nacional. 135 f. Dissertação (Mestrado em Administração Pública) - Escola de Governo Professor Paulo Neves de Carvalho, Fundação João Pinheiro, Belo Horizonte, 2014.

CARVALHO, T. L. de. Difundir políticas públicas, transferir, cooperar e convergir: quando essas práticas se conectam? In: CONGRESSO LATINOAMERICANO DE CIÊNCIA POLÍTICA, 10., 2017. Montevideu. **Anais...** Montevideu: AUCiP - Associação Uruguaia de Ciência Política, 2017.

CARVALHO, T. L. de. A reutilização de políticas pelo mundo: compreendendo os processos e a literatura sobre difusão/transferência de políticas públicas. **Fronteira**, Belo Horizonte, v. 11, n. 21, p. 66-85, 2012.

CASTRO, F. M. M.; MIDDLEJ, M. M. C. Planejamento turístico: análise da proposta no município de Valença (BA) no âmbito das recomendações das políticas públicas do turismo no país. **Caderno Virtual de Turismo**, Rio de Janeiro, v. 11, n. 1, p.18-35, abr. 2011.

CORTES, S. V.; LIMA, L. L. A contribuição da sociologia para a análise de políticas públicas. **Lua Nova**, São Paulo, n.87, p. 33-62, 2012.

CUNHA, C. G. S. da. Avaliação de Políticas Públicas e Programas Governamentais: tendências recentes e experiências no Brasil. **Revista Estudos de Planejamento**, n. 12, p. 27-57, dez. 2018.

CURITIBA. Prefeitura Municipal. **História - Fundação e Nome da Cidade**. Sobre Curitiba, 2019. Disponível em: <<https://www.curitiba.pr.gov.br/conteudo/historia-fundacao-e-nome-da-cidade/207>>. Acesso em: 23 ago. 2019.

CURITIBA. Instituto Municipal de Turismo. **Plano Municipal de Turismo 2015 – 2017**, 2015.

DUHIGG, C. **O Poder do Hábito** – por que fazemos o que fazemos na vida e nos negócios. Tradução de: MANTOVANI, R. Rio de Janeiro: Editora Objetiva, 2012. Título original: The Power of Habit.

FARAH, M. F. S. Análise de políticas públicas no Brasil: de uma prática não nomeada à institucionalização do “campo de públicas”. **Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, v. 50, n.6, p.959-979, nov./dez. 2016.

FÁVERO, I. M. R. **Políticas de Turismo**: planejamento na região uva e vinho. Caxias do Sul: Educs, 2006.

FERNANDES, M. de F. D.; SOUZA, R. C. de; DANTAS, J. R. de Q. O papel do Estado e das políticas públicas na definição do espaço turístico: um estudo de caso do município de Portalegre-RN. **Revista de Políticas Públicas**. São Luís, v.14, n.1, p. 167-176, jan./jun. 2010.

FORTALEZA, Prefeitura Municipal. **A Cidade**, 2016. Disponível em: <<https://www.fortaleza.ce.gov.br/a-cidade>>. Acesso em: 23 ago. 2019.

FORTALEZA. Prefeitura Municipal. **Plano Estratégico do Turismo de Fortaleza**, 2016.

FREY, k. Políticas Públicas: um debate conceitual e reflexões à pratica da análise de políticas públicas no Brasil. **Planejamento e Políticas Públicas**, n. 21, p. 211-259, jun. 2000.

GERHARDT, T. E.; RAMOS, L. C. A.; RIQUINHO, D. L.; SANTOS, D. L. dos. Estrutura do projeto de pesquisa. In: GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D. T. (Orgs.). **Métodos de Pesquisa**, Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009, p.65-88.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. - 4. ed. São Paulo, Atlas, 2002.

GOMES, B. M. A. Aspectos Políticos do Turismo. In: GOMES, B. M. A.; BAHL, M. (Orgs.). **Turismo e Sociedade: aspectos teóricos**. São Paulo, All Print Editora, 2019. p. 75-92.

GOMES, B. M. A. **Políticas públicas de turismo e os empresários**. São Paulo: All Print Editora, 2018.

GOMES, B. M. A. **Turismo e Políticas Públicas**, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2018a. Anotações de aula.

GOMES, B. M. A.; VARGAS-SÁNCHEZ, A.; PESSALI, H. F. Interação Empresários - Setor Público no Turismo: uma análise institucional e neocorporativista na cidade de Huelva (Espanha). **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**. São Paulo, v.8, n.3, p. 382-402, set./dez. 2014.

GOMES, E. **Manaus comemora nesta quarta-feira 349 anos de fundação**. Senado Federal, 2018. Disponível em: <
<https://www12.senado.leg.br/radio/1/noticia/manaus-comemora-nesta-quarta-feira-349-anos-de-fundacao>>. Acesso em: 23 ago. 2019.

GONÇALVES, A. T. P. Análise de Conteúdo, Análise do Discurso e Análise de Conversação: estudo preliminar sobre diferenças conceituais e teórico-metodológicas. **Administração: Ensino e Pesquisa**, Rio de Janeiro, v.17 n. 2 p. 275–300, mai./ago. 2016.

GONZÁLES, M. V. La Política Turística: una arena de acción autónoma. **Cuadernos de Turismo**. n. 27, p. 953-969, 2011.

GRANEMANN, G. L. M. Sustentabilidade Turística. Avaliação multidimensional da capacidade de carga de áreas turísticas. In: RUSCHMANN, D.; SOLHA, K. T. (Orgs.) **Planejamento Turístico**. Barueri-SP: Manole, 2006, p. 124-153.

HALL, C. M. **Tourism planning**: policies, processes and relationships. 2nd ed. Pearson Education 2000, 2008.

HAM, C.; HILL, M. **O processo de elaboração de políticas no Estado capitalista moderno**. Tradução de: AMORIM, R.; DAGNINO. Campinas-SP: Editora da Unicamp, 1993. Título original: The policy process in the modern capitalist state.

HANAI, F. Y. **Sistema de indicadores de sustentabilidade**: uma aplicação ao contexto de desenvolvimento do turismo na região de Bueno Brandão, Estado de Minas Gerais, Brasil. 432 f. Tese (Doutorado-Programa de Pós-Graduação e Área de Concentração em Ciências da Engenharia Ambiental) – Escola de Engenharia de São Carlos. Universidade de São Paulo, 2009.

HENZ, A. P.; LEITE, F. C. de L.; ANJOS, F. A. dos. Refletindo as Políticas Públicas para Turismo: uma retrospectiva brasileira desde a década de 60. In: SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL, 6., 2010, Caxias do Sul. **Anais...** Caxias do Sul: UCS – Universidade de Caxias do Sul, 2010.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Brasília**. Panorama, 2019. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/df/brasilia/panorama>>. Acesso em: 25 jun. 2019.

_____. **Curitiba**. Panorama. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pr/curitiba/panorama>>. Acesso em: 25 jun. 2019.

_____. **Fortaleza**. Panorama, 2019. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ce/fortaleza/panorama>>. Acesso em: 25 jun. 2019.

_____. **Manaus**. Panorama, 2019. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/am/manaus/panorama>>. Acesso em: 25 jun. 2019.

_____. **São Paulo**. Panorama, 2019. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/sao-paulo/panorama>>. Acesso em: 25 jun. 2019.

IPEA. **Extrator de Dados**. Disponível em: <<http://extrator.ipea.gov.br/>>. Acesso em: 12 abr. 2019.

LANZARINI, R.; BARRETTO, M. Políticas Públicas no Brasil para um Turismo Responsável. **Revista Turismo - Visão e Ação**, v. 16, n. 1, p. 185-215, jan./abr. 2014.

LASSWELL, H. D. **Política: quem ganha o que, quando e como**. Tradução de: CHAUDON, M. A. dos S. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1984. Título original: Politics: who gets what, when, how.

LEMONS, C. C. Planejamento do turismo em âmbito federal: uma análise dos instrumentos utilizados e dos investimentos no setor. **Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, v. 47, n. 6, não p. nov./dez. 2013.

LIMBERGER, P. F.; ANJOS, F. A. dos; FILLUS, D. Análise da implantação e operação do Plano de Desenvolvimento Turístico de Itajaí - SC. **Caderno Virtual de Turismo**. Rio de Janeiro, v. 12, n. 1, p.78-94, abr. 2012.

MANAUS. Prefeitura Municipal. **Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável** - PDITS Manaus, 2011.

MARIZ, R. **A fundação de Brasília contada em detalhes**. O Globo, 2015. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/brasil/o-globo-90-anos-fundacao-de-brasilia-contada-em-detalhes-16602822>>. Acesso em: 23 ago. 2019.

MAXIMIANO, A. C. A. **Introdução à administração**. 5ª ed. ver. e ampl. São Paulo. Atlas, 2000.

MEDINA, J. C. Re-construcción de la cultura y del espacio turístico. In: BRASILEIRO, M. D. S.; MEDINA, J. C. C.; CORIOLANO, L. N. (Orgs.). **Turismo, cultura e desenvolvimento**, Campina Grande: EDUEPB, 2012. p. 21-48.

MENDONÇA, A. P. **25 de janeiro de 1554**. O Estado de São Paulo, 2014. Disponível em: <<https://sao-paulo.estadao.com.br/noticias/geral,25-de-janeiro-de-1554,1122501>>. Acesso em: 23 ago. 2019.

MENY, I.; THOENIG, J.C. **Las Políticas Públicas**. Tradução de: DEL CARRI, S. Barcelona: Editorial Ariel, 1992. Original em francês.

NERY, C.; SOUZA, J.; TOMAZZONI, E. L. Análise do Plano de Turismo Municipal de São Paulo (PLATUM), com enfoque no desenvolvimento socioeconômico. **Observatório de Inovação do Turismo**, v.9, n. 2, p.19-54, 2015.

NETO, P. N.; MOREIRA, T. A.; HARDT, C.; SCHUSSEL, Z. Análise de políticas públicas: entre a modelagem e a realidade da política habitacional brasileira. **Revista de Administração Pública**. Rio de Janeiro, v. 49, n.4. p.847-868, jul./ago. 2015.

NOGUEIRA, M. G. O Papel do Turismo no Desenvolvimento Econômico e Social do Brasil. **Revista de Administração Pública**. Rio de Janeiro, v. 21, n.2, p. 37-54, abr./jun. 1987.

OLIVEIRA, H. V. A prática do turismo como fator de inclusão social. **Revista de Ciências Gerenciais**, v. 7, n. 16, p. 91-103, 2008.

OLIVEIRA, J. A. P. de. Desafios do planejamento em políticas públicas: diferentes visões e práticas. **Revista de Administração Pública**. Rio de Janeiro, v. 40, n. 2, p. 273-288, mar./ abr. 2006.

PEREIRA, L. A.; BENETTI, A. C.; OZELAME, A. M. C. C.; NÓBREGA, W. R. M. Planejamento do turismo através de políticas públicas: Análise SWOT dos planos de marketing de turismo no Brasil. **Revista de Turismo Contemporâneo**, Natal, v. 6, n. 1, p. 90-110, jan./jun. 2018.

PIMENTEL, T. D.; PIMENTEL, M. P. C.; VIDAL, J. P. Políticas públicas de turismo numa perspectiva normativa comparada: os casos de Brasil e Espanha. **PASOS**, v. 15, n. 2, p. 293-310, 2017.

RAEDER, S. Ciclo de Políticas: uma abordagem integradora dos modelos para análise de políticas públicas. **Perspectivas em Políticas Públicas**, Belo Horizonte, v. 7, n. 13, p. 121-146, jan./jun. 2014.

RIBEIRO, R. M; TELES, M. A. Turismo e Economia: a atuação do setor público na orientação dos destinos. In: GOMES, B. M. A.; BAHL, M. (Orgs.). **Turismo e Sociedade: aspectos teóricos**. São Paulo, All Print Editora, 2019, p. 133-148.

ROCHA, A. M. da. A Política Nacional de Turismo sob a Perspectiva da Coordenação Federativa de Wright. **Revista Rosa dos Ventos Turismo e Hospitalidade**, v.10, n.1, p. 21-38, 2018.

RODRIGUES, S. de M. Planejamento, elemento chave para o desenvolvimento do turismo: um estudo sobre a importância da regionalização e o planejamento do turismo no município Barra dos Coqueiros, Sergipe (Brasil). **Revista de Turismo Contemporâneo**, Natal, v. 2, n. 2, p. 206-226, jul./dez. 2014.

RUA, M. G. **Políticas públicas**. 3ª ed. rev. atual. Florianópolis: CAPES: UAB, 2014.

SANTOS, C. S. dos. Implementação de Políticas Públicas, um processo contínuo de formulação da agenda? In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM PLANEJAMENTO URBANO E REGIONAL – ENANPUR, 17., 2017, São Paulo. **Anais...** São Paulo: ANPUR, 2017.

SÃO PAULO. São Paulo Turismo. **Plano de Turismo Municipal Platum 2015-2018**, 2015.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Instrução Normativa INS 14**. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/asn/Estados/RO/Anexos/INS%2014%2005%20-%20Instrutoria%20e%20Consultoria.pdf>>. Acesso em: 24 ago. 2019.

SILVA, M. D. G.; MIRANDA, E. de A. Planejamento do Turismo para o Desenvolvimento Local. **Revista Brasileira de Planejamento e Desenvolvimento**, v. 2, n. 2, p. 94-103, jul./dez. 2013.

SILVEIRA, D. T.; CÓRDOVA, F. P. A Pesquisa Científica. In: GERHARDT, T. E. SILVEIRA, D. T. (Orgs.) **Métodos de Pesquisa**, Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009, p.31-42.

SILVEIRA, J. J. C. da; SANTOS, R. I. C. dos. Em busca da identidade perdida: subsídios para uma política integrada de comunicação em turismo cultural nos municípios de Piçarras e Penha (SC). In: RUSCHMANN, D.; SOLHA, K. T. (Orgs.) **Planejamento Turístico**. Barueri-SP: Manole, 2006, p. 253-269.

SIMÕES, A. Instituições e desenvolvimento econômico: os contrastes entre as visões da Nova Economia Institucional (NEI) e dos neoinstitucionalistas. **Ensaio FEE**, Porto Alegre, v. 35, n. 1, p. 33-54, jun. 2014.

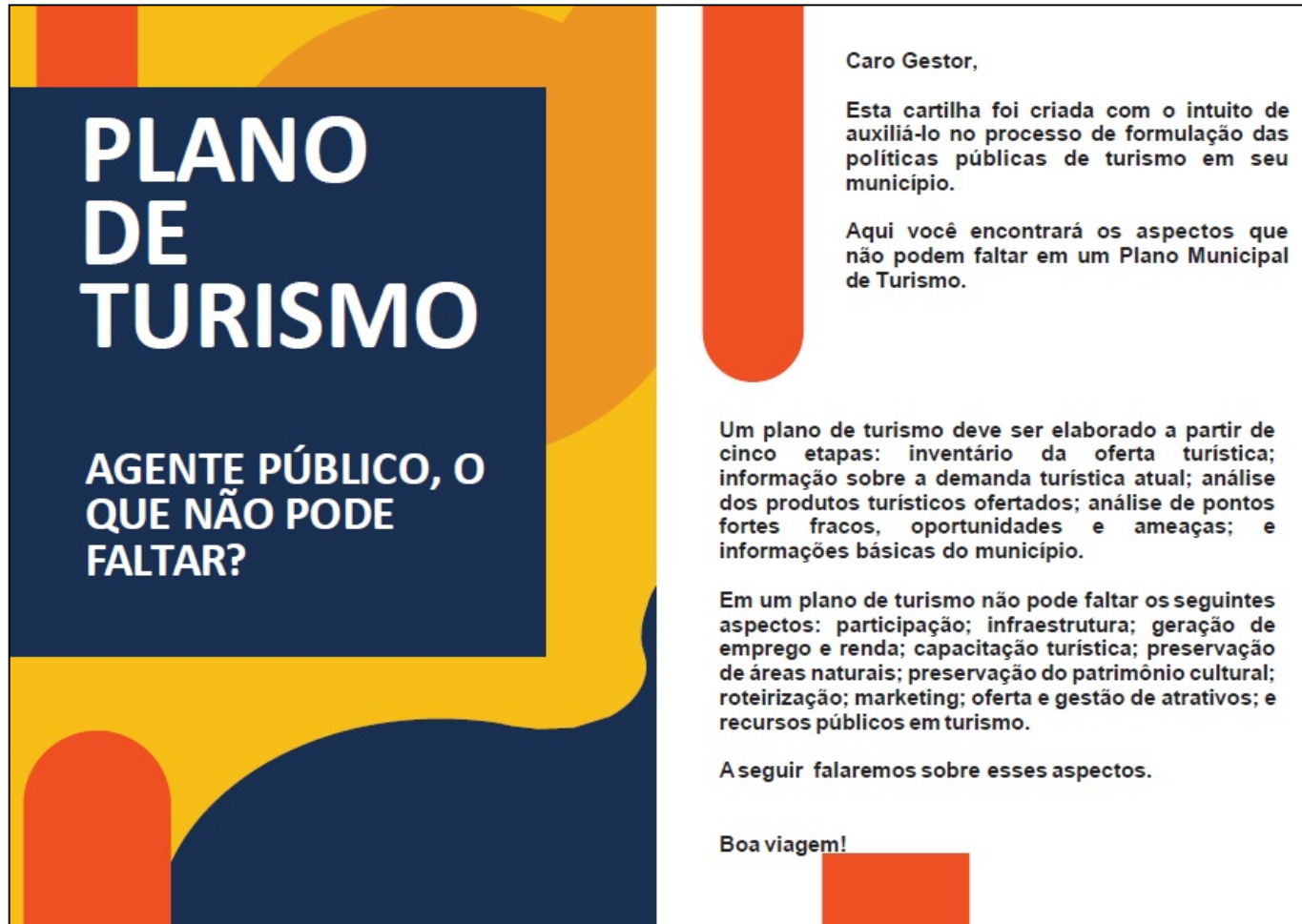
SOTTANI, N. B. B.; DIAS, B. F. B.; MARIANO, S. R. H.; MORAES, J. **Ciclo de Políticas Públicas como método de análise de políticas educacionais**: uma pesquisa bibliométrica acerca do tema. Trabalho apresentado no Congresso de Administração Sociedade e Inovação. Petrópolis, 2017.

SOUZA, C. Políticas Públicas: uma revisão da literatura. **Sociologias**, Porto Alegre, n. 16, p. 20-45, jul./dez. 2006.

SPERANCINI, J. H. B. S.; CAPPA, J.; MACHADO, L. C. A necessidade de avaliação da política de fomento à inovação tecnológica no Brasil. **Multitemas**, Campo Grande, v. 23, n. 53, p. 103-128, jan./abr. 2018.

APÊNDICE

APÊNDICE 1 - CARTILHA



**PLANO
DE
TURISMO**

**AGENTE PÚBLICO, O
QUE NÃO PODE
FALTAR?**

Caro Gestor,

Esta cartilha foi criada com o intuito de auxiliá-lo no processo de formulação das políticas públicas de turismo em seu município.

Aqui você encontrará os aspectos que não podem faltar em um Plano Municipal de Turismo.

Um plano de turismo deve ser elaborado a partir de cinco etapas: inventário da oferta turística; informação sobre a demanda turística atual; análise dos produtos turísticos ofertados; análise de pontos fortes, fracos, oportunidades e ameaças; e informações básicas do município.

Em um plano de turismo não pode faltar os seguintes aspectos: participação; infraestrutura; geração de emprego e renda; capacitação turística; preservação de áreas naturais; preservação do patrimônio cultural; roteirização; marketing; oferta e gestão de atrativos; e recursos públicos em turismo.

A seguir falaremos sobre esses aspectos.

Boa viagem!

Etapas Fundamentais para a Elaboração do Plano

Um plano de turismo tem como função orientar a forma de atuação do Turismo em um município. Por isso, é preciso conhecer as etapas fundamentais para a elaboração desse Plano.

Etapa 1: Inventário da Oferta Turística.

O inventário da oferta turística é o processo de levantamento e registro dos atrativos turísticos, dos serviços e equipamentos turísticos e da infraestrutura de apoio ao turismo presentes na localidade. Essas informações servem como base para o planejamento e gestão da atividade turística.



DICA: Observar metodologia do Ministério do Turismo.



DICA: Contar com apoio de um estatístico.

Etapa 2: Informação sobre a demanda turística atual.

A demanda turística refere-se ao interesse que os turistas demonstram pelos atrativos. Essa demanda pode ser efetiva ou potencial.

A demanda efetiva é a quantidade de bens e serviços já consumidos pelos turistas no município, e a demanda potencial é a quantidade de bens e serviços que também podem ser consumidos de acordo com o nível de oferta e outros fatores facilitadores.

Etapa 3: Análise dos produtos turísticos ofertados.

Essa etapa envolve uma avaliação dos produtos ofertados pelos prestadores de serviços turísticos; nível de aceitação desses produtos no mercado; e aumento da arrecadação de impostos.



DICA: Comparar dados dos diferentes anos.

DICA:
Análise
conhecida
como FOFA,
SWOT.



Etapa 4: Análise de pontos fortes e fracos, oportunidades e ameaças.

É importante verificar esses pontos que fazem parte da característica do município, pois eles podem influenciar o planejamento, as ações, os investimentos e as atividades complementares do turismo.

Etapa 5: Informações básicas do município.

É necessário reunir informações básicas do município que auxiliem a elaboração de um plano de turismo. Essas informações são obtidas por meio de dados geopolíticos e administrativos, como: área total do município (urbana e rural); população total e densidade demográfica; limites do município; clima; bioma; atividades econômicas que se destacam na cidade; e índices sociais (IDH, renda, número de população ativa e desempregada, entre outros).



DICA: Consulte dados do IBGE.

Aspectos Necessários em um Plano de Turismo

Agora vamos aos aspectos que não podem faltar em um plano de turismo. Esses aspectos são fundamentais para um planejamento turístico correto que se preocupa com os fatores sociais, econômicos e ambientais.

PARTICIPAÇÃO

O formulador de políticas públicas de turismo deve abordar em seu município, a importância da participação da comunidade.

Essa participação deve ser incentivada pelos gestores e pode ocorrer por meio de Conselhos, que são canais legalmente institucionalizados, ou por meio de oficinas de planejamento participativo.



A Lei Geral do Turismo incentiva os municípios a planejarem de forma sustentável o turismo com o envolvimento da sociedade.

INFRAESTRUTURA

A carência de infraestrutura, tanto básica, quanto turística, é um dos principais limitadores de crescimento da atividade turística no Brasil. Por isso, um Plano de Turismo deve conter projetos que visem à melhoria de infraestrutura turística local.

É necessário que o planejamento turístico atue nos aspectos relativos à acessibilidade, mobilidade urbana, sinalização turística, centros de informação ao turista e terminais de passageiros.

GERAÇÃO DE EMPREGO E RENDA

O formulador de políticas públicas de turismo deve estar atento aos benefícios econômicos do turismo como: geração e aumento de divisas, incremento no comércio e geração de postos de trabalho.

Os recursos econômicos gerados pela atividade circulam por meio dos gastos em restaurantes, hotéis, entre outros, em um ciclo onde todo o comércio local e a população podem ser beneficiados.

CAPACITAÇÃO TURÍSTICA

É necessário capacitar todos os profissionais que atuam com o turismo, como agentes, comerciantes, hoteleiros, recepcionistas, entre outros, pois a eles competem a hospitalidade ao turista e sua inserção aos atrativos turísticos.

Para tanto são necessários programas de sensibilização e capacitação para atendimento ao turista; implantação de projetos de qualificação de gestores de empreendimentos e equipamentos turísticos; e projetos de qualificação de gestores de políticas públicas de turismo do setor público e privado.



DICA: Um bom exemplo de Plano de Turismo que contém ações referentes à capacitação turística é o Plano de Turismo de Curitiba.

PRESERVAÇÃO DE ÁREAS NATURAIS

A necessidade de preservação do meio ambiente é fundamental para a saúde do planeta e da atividade turística.

É preciso haver uma análise de capacidade de carga turística para a preservação de áreas naturais.

A capacidade de carga é definida considerando os impactos sofridos pelo meio natural como consequência do número de visitantes e dos equipamentos turísticos utilizados. Ela também deve considerar o turista e o residente, que são impactados de diversas formas pelo excesso de visitantes.

DICA: O Plano de Turismo de Manaus tem exemplos de como pode ser trabalhada a preservação de áreas naturais, como a elaboração de Plano de Manejo e ações de controle da visitação baseado em estudos de capacidade de carga.



PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO CULTURAL

Preservar o patrimônio cultural é valorizar os saberes da comunidade.

Tanto as manifestações populares, as artes plásticas, os artesanatos, quanto os monumentos históricos, contribuem para a formação da identidade de um povo, e o turismo se faz pelo contato do turista com o patrimônio histórico e cultural dessa população.

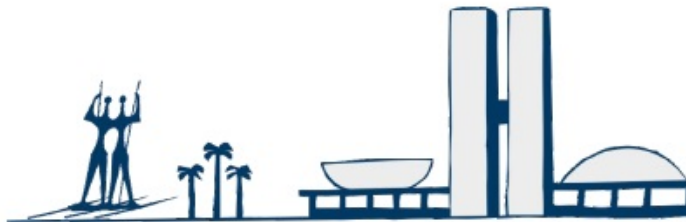


DICA: O Plano Municipal de Turismo de Curitiba destaca o incentivo à criação de produtos associados de identidade local e o fortalecimento de uma Feira de Arte e Artesanato.

ROTEIRIZAÇÃO

A roteirização consiste em um processo de ordenação de diversos elementos, como a adequação do meio de transporte a ser utilizado nos locais a serem visitados, os meios de hospedagem, restaurantes, duração do roteiro e mercado a ser explorado.

O roteiro é uma forma de melhor distribuir o fluxo turístico e incentivar a permanência do turista na cidade, melhorando assim a distribuição de renda.



DICA: O Plano de Turismo Criativo de Brasília 2016-2019 aborda a elaboração de roteiros autoguiados e voltados para pessoas com necessidades especiais.

MARKETING

O formulador de políticas públicas de turismo deve usar diversas ferramentas de marketing para divulgar os atrativos do município. Deve ser elaborado um plano de marketing contemplando ações como: confecção de material promocional; participação em feiras e eventos; existência de Postos de Informações Turísticas (PITs); e interação com o consumidor por meio das mídias digitais.



DICA: Veja no Plano de Turismo Criativo da capital federal como o marketing pode ser inserido em um plano de turismo.

OFERTA E GESTÃO DE ATRATIVOS

O turismo depende dos atrativos locais. Por isso são importantes as ações para controle, manutenção e avaliação dos atrativos, bem como a diversificação da oferta.



DICA: Manaus possui uma Fundação Municipal de Eventos e Turismo – MANAUSTUR, criada pela Lei nº 1.435, de 26 de março de 2010, que tem entre suas competências a diversificação da oferta de produtos e serviços turísticos na área urbana do município.

RECURSOS PÚBLICOS EM TURISMO

O aspecto de recursos públicos em turismo é importante para o formulador de políticas públicas porque se relaciona com a previsão de arrecadação e destinação de recursos financeiros em prol da atividade.

O plano de turismo precisa ter informações sobre recursos financeiros previstos para investimento na atividade turística.



Dica: O Fundo Municipal do Turismo é um mecanismo de captação de recursos para investimentos públicos no turismo.

Considerações

O plano de turismo municipal deve estar alinhado ao plano de turismo estadual e federal.

A elaboração do plano pode ser feita por uma equipe multidisciplinar, coordenada por um Turismólogo.

As informações apresentadas na cartilha e no curso são necessárias para um plano municipal de turismo exitoso.

Conte com o Turismólogo na elaboração do plano de turismo!

Vamos ao trabalho!

REFERÊNCIAS

- ANJOS, F. A. dos; PIRES, P. dos S. Capacidade de Suporte Turístico: o caso das atividades de lazer na Ilha de Porto Belo (SC) In: RUSCHMANN, D.; SOLHA, K. T. (Orgs.) **Planejamento Turístico**. Barueri-SP: Manole, 2006, p. 175-198.
- BAHL, M. Planejamento turístico por meio da elaboração de roteiros. In: RUSCHMANN, D.; SOLHA, K. T. (Orgs.) **Planejamento Turístico**. Barueri-SP: Manole, 2006, p. 298-316.
- BRASIL. Governo do Distrito Federal. Secretaria de Estado do Esporte, Turismo e Lazer do DF. **Plano de Turismo Criativo de Brasília 2016 – 2019**, 2016.
- BRASIL. Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008. Dispõe sobre a Política Nacional de Turismo.
- BRASIL. Ministério do Turismo. Módulo Operacional 4: **Elaboração do Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional**. Brasília, 2007.
- CARVALHO, F. C. C. de. **Agenda pública do turismo no Brasil: mudanças e implicações para o desenvolvimento do turismo nacional**, 135 f. Dissertação (Mestrado em Administração Pública) - Escola de Governo Professor Paulo Neves de Carvalho, Fundação João Pinheiro, Belo Horizonte, 2014.
- CASTRO, F. M. M.; MIDDLEJ, M. M. C. Planejamento turístico: análise da proposta no município de Valença (BA) no âmbito das recomendações das políticas públicas do turismo no país. **Caderno Virtual de Turismo**, Rio de Janeiro, v. 11, n. 1, p.18-35, abr. 2011.
- CURITIBA. Instituto Municipal de Turismo. **Plano Municipal de Turismo 2015 - 2017**, 2015.
- FÁVERO, I. M. R. **Políticas de Turismo: planejamento na região uva e vinho**. Caxias do Sul: Educs, 2006.
- GOMES, B. M. A. **Políticas públicas de turismo e os empresários**. São Paulo: All Print editora, 2018.
- GRANEMANN, G. L. M. Sustentabilidade Turística. Avaliação multidimensional da capacidade de carga de áreas turísticas. In: RUSCHMANN, D.; SOLHA, K. T. (Orgs.) **Planejamento Turístico**. Barueri-SP: Manole, 2006, p. 124-153.
- MANAUS. Prefeitura Municipal. **Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável - PDITS Manaus**, 2011.
- OLIVEIRA, H. V. A prática do turismo como fator de inclusão social. **Revista de Ciências Gerenciais**, v. 7, n. 16, p. 91-103, 2008.
- PEREIRA, L. A.; BENETTI, A. C.; OZELAME, A. M. C. C.; NÓBREGA, W. R. M. Planejamento do turismo através de políticas públicas: Análise SWOT dos planos de marketing de turismo no Brasil. **Revista de Turismo Contemporâneo – RTC**, Natal, v. 6, n. 1, p. 90-110, jan./jun. 2018.
- RIBEIRO, R. M; TELES, M. A. Turismo e Economia: a atuação do setor público na orientação dos destinos. In: GOMES, B. M. A.; BAH, M. (Orgs.). **Turismo e Sociedade: aspectos teóricos**. São Paulo, All Print Editora, 2019. p. 133-148.
- RUA, M. G. **Políticas públicas**. 3ª ed. rev. atual. Florianópolis: CAPES: UAB, 2014.
- SILVEIRA, J. J. C. da; SANTOS, R. I. C. dos. Em busca da identidade perdida: subsídios para uma política integrada de comunicação em turismo cultural nos municípios de Piçarras e Penha (SC). In: RUSCHMANN, D.; SOLHA, K. T. (Orgs.) **Planejamento Turístico**. Barueri-SP: Manole, 2006, p. 253-269.